

LET'S START HAVING BETTER CONVERSATIONS

INSTEAD OF...

- What's new?
- What do you do?
- How's school?
- How's work?
- Are you seeing anyone?
- How's your mom/dad/husband/wife/brother/sister?
- Did you catch the game last night?
- Some weather we're having, huh?

ASK...

- What makes you feel most alive?
- Have you ever cried in public?
- Do you read the reviews before you see movies?
- Do you say sherbet or sherbert?
- Have you ever had a paranormal experience?
- What do you usually get from the ice cream truck?
- What was your high school gym teacher like?
- How do you feel about cilantro?

Finden

Thomas Link.
Creative Director UX.

9. Dezember 2020

CAS Frontend Engineering. Usability Testing. Frontend ist eine Unterhaltung.

Thomas Link.
Creative Director UX.

9. Dezember 2020

Agenda.

- „UX Intensiv“ Quiz
- Den User verstehen
- Usability Testing
- Frontend ist ein Dialog
- Persönlichkeit entwickeln

Lernziele

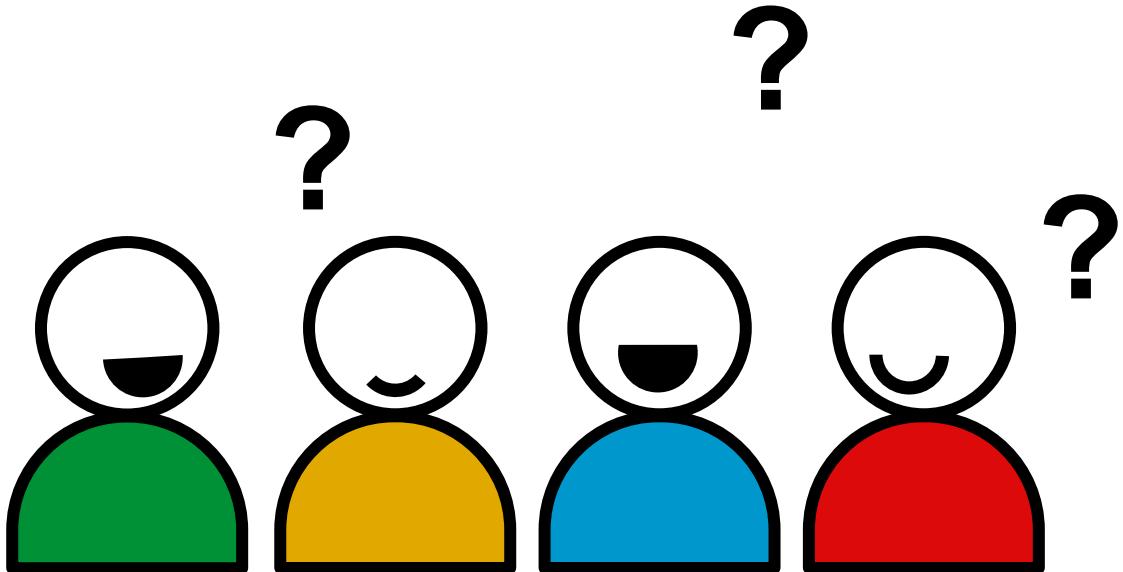
- Du weisst, was User gerne tun.
- Du kennst die Grundlagen von Usability Tests.
- Du kannst selbst Usability Tests vorbereiten und durchführen.
- Du kennst die Wichtigkeit des Frontend im Dialog mit dem Kunde.
- Du kannst beurteilen, ob ein Frontend verständlich und prägnant formuliert ist.



Recap

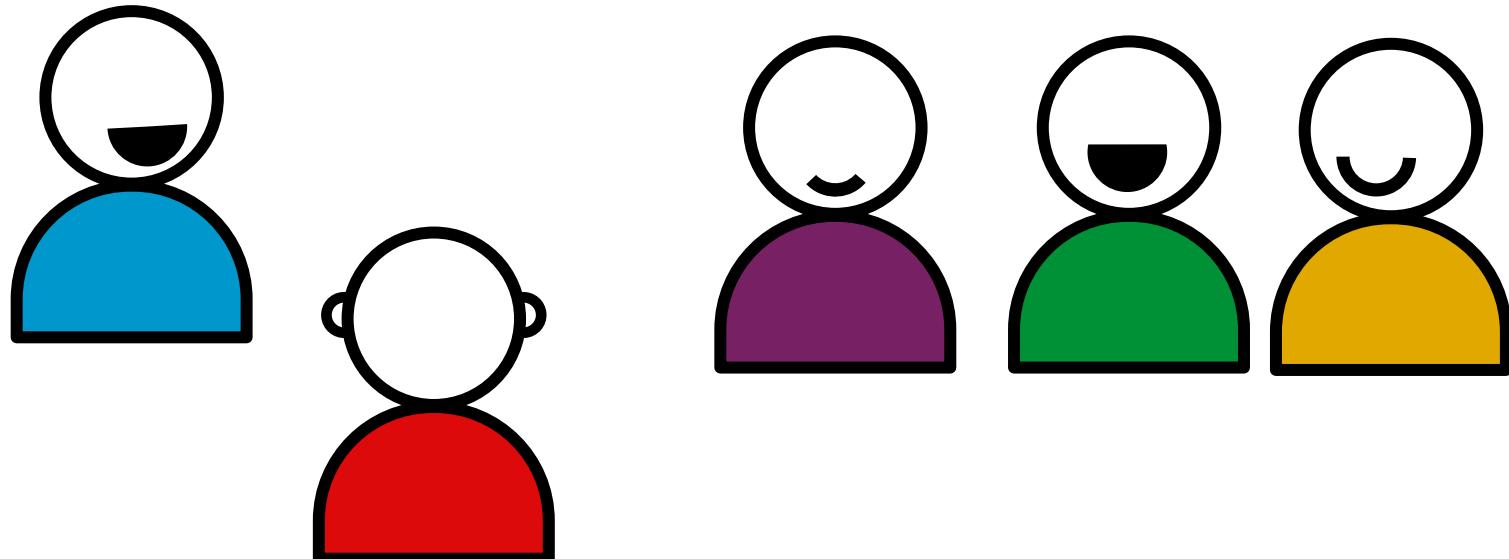
Quiz starten

<https://kahoot.it/>



Was konntet ihr in den letzten Monaten einsetzen?

- Feedback-Runde in MURAL



Der User

User Research: Das richtige Vorgehen

1. Forsche, um die Wissenslücke zu schliessen

- Formulierung der Hypothesen auf Basis der Projektziele: Was will ich überprüfen (verifizieren / ausschliessen)?
- Bestimmung der Schlüsselbegriffe/-fragen zu den Hypothesen

2. Zielgruppen definieren und priorisieren

- Die fürs Projekt „richtigen“ Teilnehmer wählen

3. Aktivitäten festlegen

4. Timeline mit „Luft“ für unerwartete Fragen (10%)

→ Interviews durchführen und auswerten

Präsentation User Research: Persona Modell

The Jill of All Trades

Amanda Stone



Age: 28-55

"I have to manage multiple programs for my clients."

AMANDA SHARES THE INCENTIVE PROGRAM RESPONSIBILITIES WITH A FEW OTHER colleagues. They share access and manage multiple programs for clients. This can be particularly challenging to make sure she's paying the right people on the right program. She needs to be able to switch between the different programs and know where she's at all times.

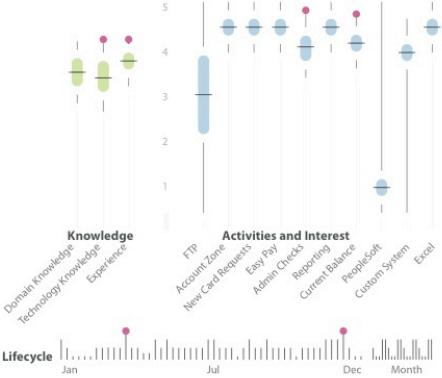
Account Zone really helps her issue new cards and make sure the program participants are paid quickly. The one thing she's missing is the ability to look at each individual program as well as across all the programs she's running to see how things are going. Her clients like to keep tabs on how the programs are performing. Right now she tracks that in Excel. She ends up either sending the Excel file to her clients, or sometimes exporting them and sending a PowerPoint with some nice charts in it. If Account Zone had a way to let her run reports on individual programs and across multiple programs that would be really awesome.

She uses Account Zone pretty regularly—several days a week. And since she's managing multiple programs, she's pretty active all year round.

Key Characteristics	Goals	Influencers	Frustrations & Pain Points
<ul style="list-style-type: none"> Manages multiple programs Medium to large company Moderate volume (50-2000+ orders at a time) Multiple people sharing a single role 70/30 Quick Pay and Admin Checks Weekly to bi-monthly usage Year round Very interested in reporting Wants to run reports across programs Heavy Excel use Custom internal system to interface with 	<ul style="list-style-type: none"> Pay employees quickly and easily. Prevent duplicated efforts. See what their current balance is to know if they need to wire money. Track transactions weekly, bi-monthly, month, quarter, and year. 	<ul style="list-style-type: none"> Integration with current system. Ability to pay employees quickly and easily. Cost (mostly time). Guided help. 	<ul style="list-style-type: none"> Can't look across multiple programs at once. Can't run reports across multiple programs at once. Correcting errors in the exception file "stinks". Knowing what the exact problem is and how to fix it isn't clear. Multiple steps with multiple applications isn't efficient and makes it easy to "get lost" where she is. Multiple confirmation screens. Another username and password to remember. Finding email with her login information.

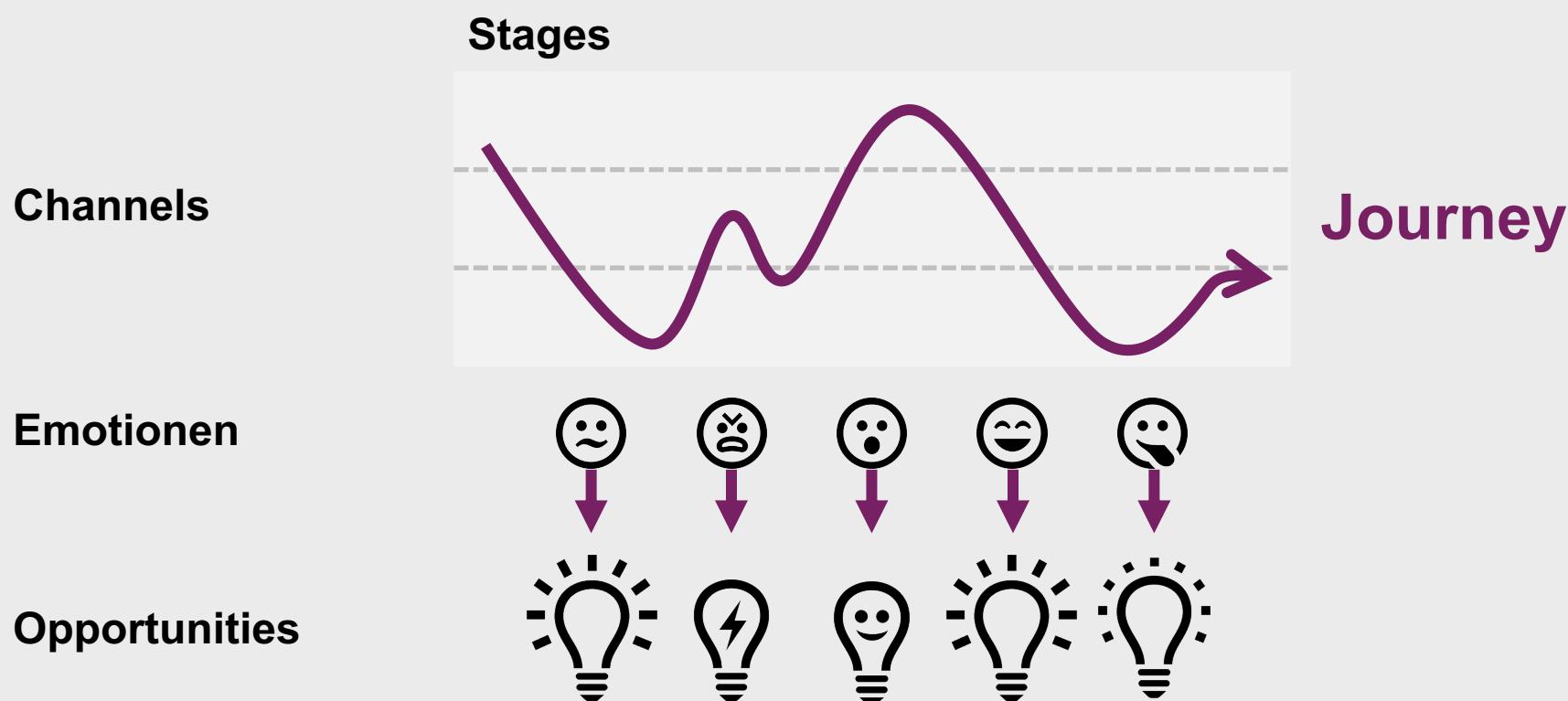
Questions

- How do I run reports across all my programs?
- Is there a way to get my login info without having to call Ecount?
- Can we integrate with ClientZone some way so that we don't have to go back and forth so much between different applications.
- Am I doing it right?



The figure consists of two dot plots. The left plot shows 'Knowledge' (Domain Knowledge, Technology Knowledge, Experience) with values ranging from 1 to 5. The right plot shows 'Activities and Interest' (FTP, New Card Requests, Admin Checks, Reporting, Current Balance, PeopleSoft, Custom System, Excel) with values ranging from 1 to 5. Both plots have vertical axes with ticks at 1, 2, 3, 4, and 5, and horizontal axes representing Jan, Jul, Dec, and Month. The 'Lifecycle' plot below shows a series of bars representing activity levels over time, with peaks around July and December.

User Journey – Erkenntnisse



Events sind ideal zur Generierung von strategischen Ideen/Features/Inhalten



Event

Elemente des Event

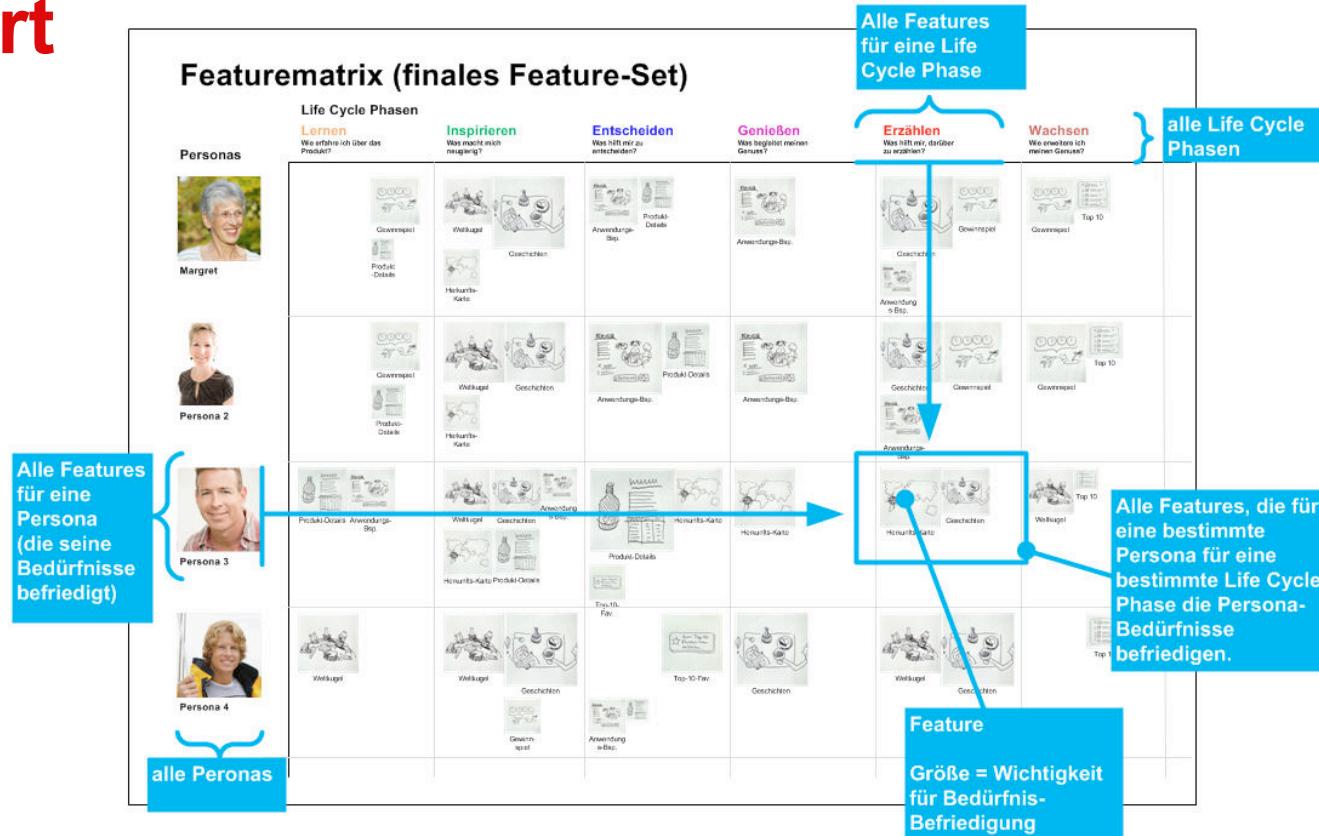


Komponenten
(Substantive)

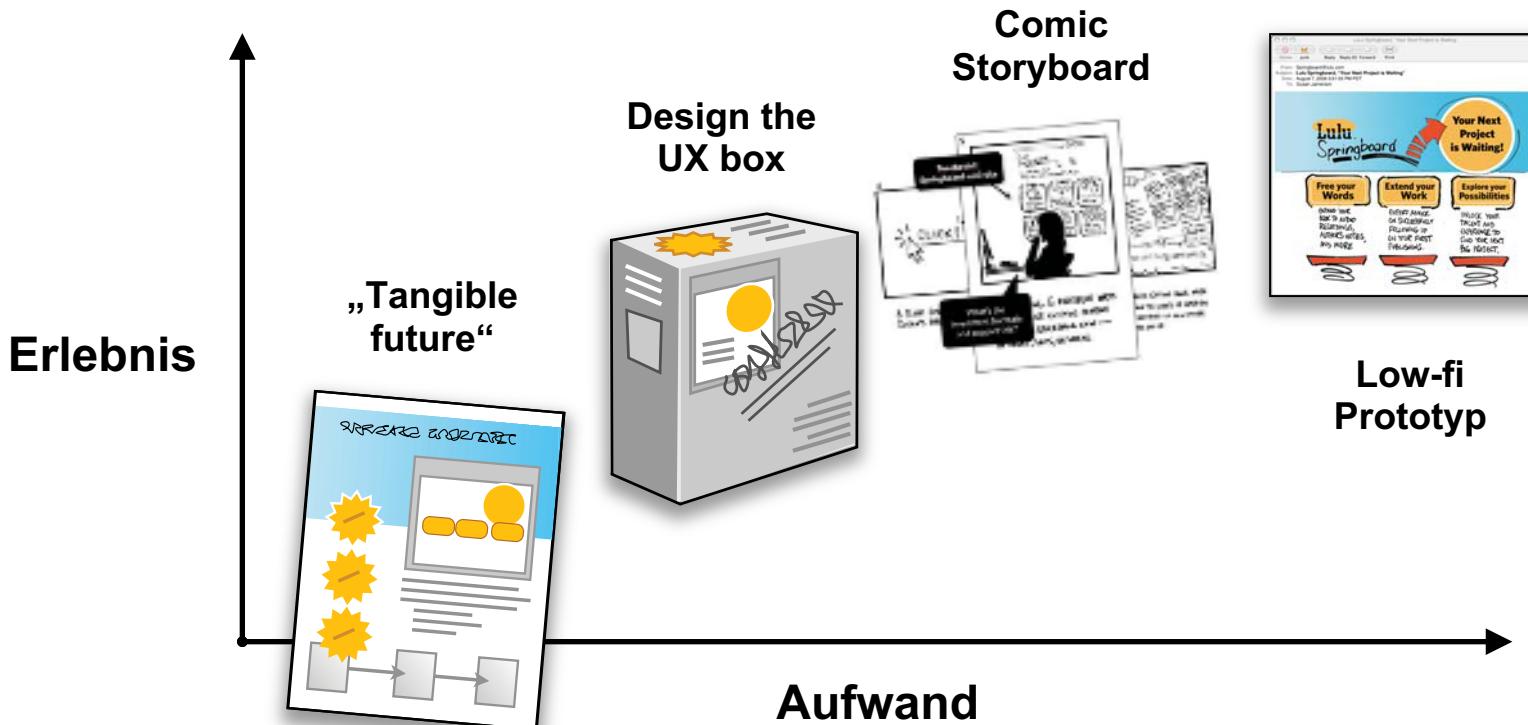
Interaktionen
(Verben)

Emotionen
(immaterielle Werte)

Feature-Set, das auf Nutzerbedürfnissen basiert



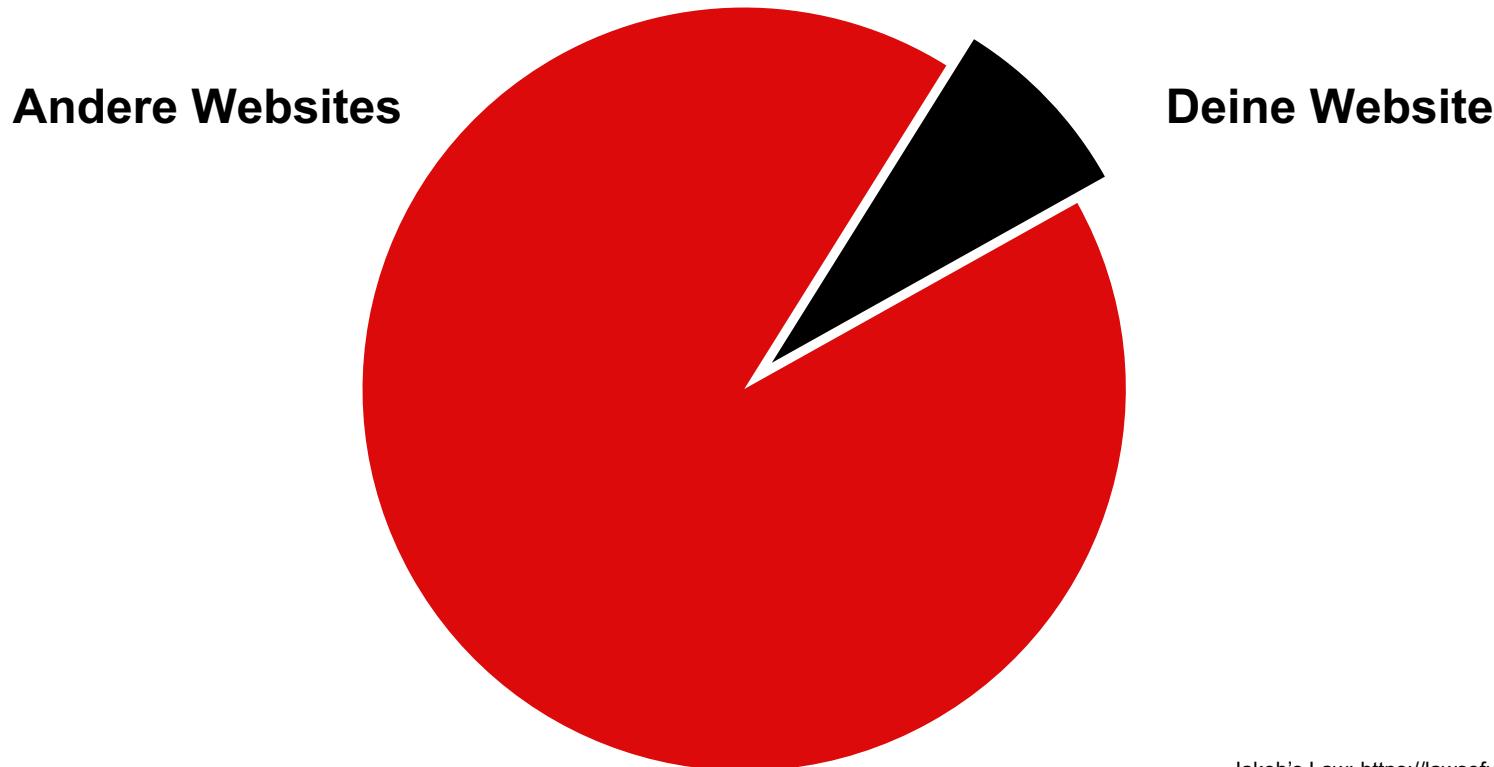
Strategie greifbar darstellen





User-ability?

Häufig vergessene Fakten



Wie User zum Ziel kommen

- Bekannte Muster anwenden
- „Lerneffekte“ sind gering, wenn das UI nicht gut kommuniziert
- Nur höchst motivierte Nutzer lesen die Online Hilfe

Was User (gerne) tun: Ihre „Arbeit“ erledigen



Was User nicht (gerne) tun

- User merken sich NICHTS
- User lernen nicht wie Dinge funktionieren, sie finden „irgendwie“ ihren Weg zum Ziel
- User registrieren sich nicht
- User füllen ungern CAPTCHAs aus
- User warten nicht
- User tippen ungern
- User hassen es scheinbar unnötige Daten anzugeben
- User machen leicht vermeidbare Fehler

WO IST DER
LICHTSCH...

A close-up photograph of a glass filled with iced coffee. The coffee is dark brown at the bottom, with large, light-colored ice cubes floating on top. The background is blurred, showing warm, bokeh lights. A solid blue rectangular overlay is positioned in the center of the image, containing the word "Pause" in a large, white, sans-serif font.

Pause

USABILITY TESTING

Der „Feindkontakt:“ Usability Testing.

Testen ist keine Wissenschaft.



Ein Orchester statt separate Spezialisten.



Usability Tests sind nicht „objektiv“.



Konzeption heisst Testpersonen erleben.



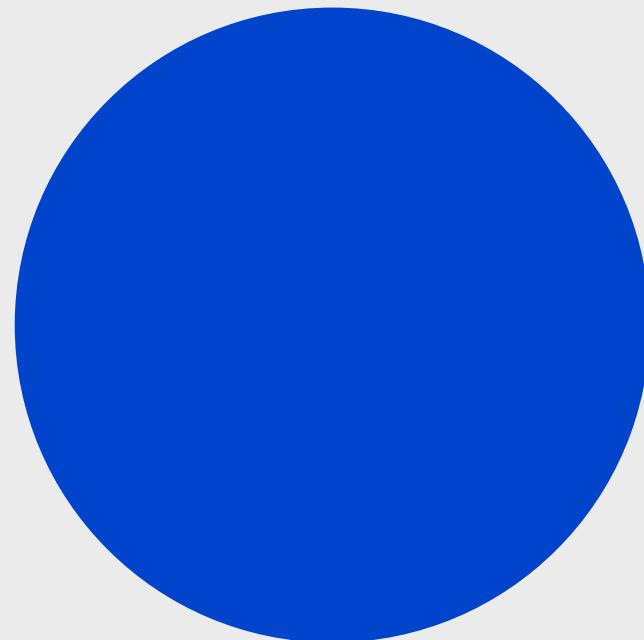
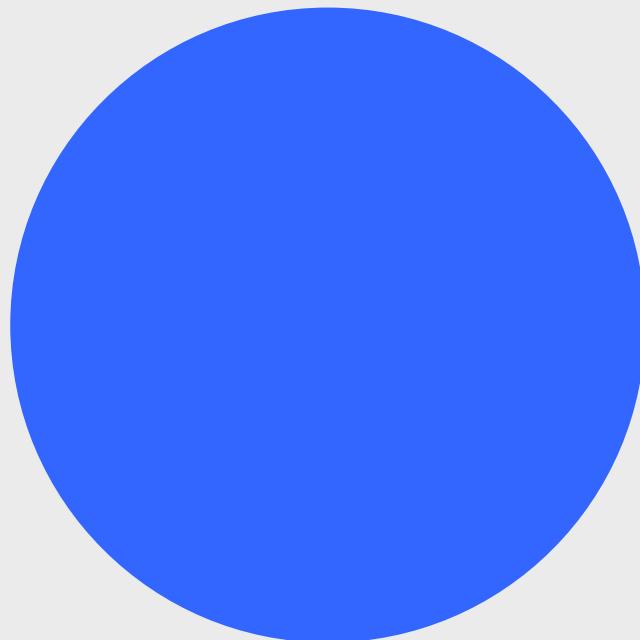
Technologie ist das Einzige was zählt?



Ihr habt keine Zeit... für Diskussionen?



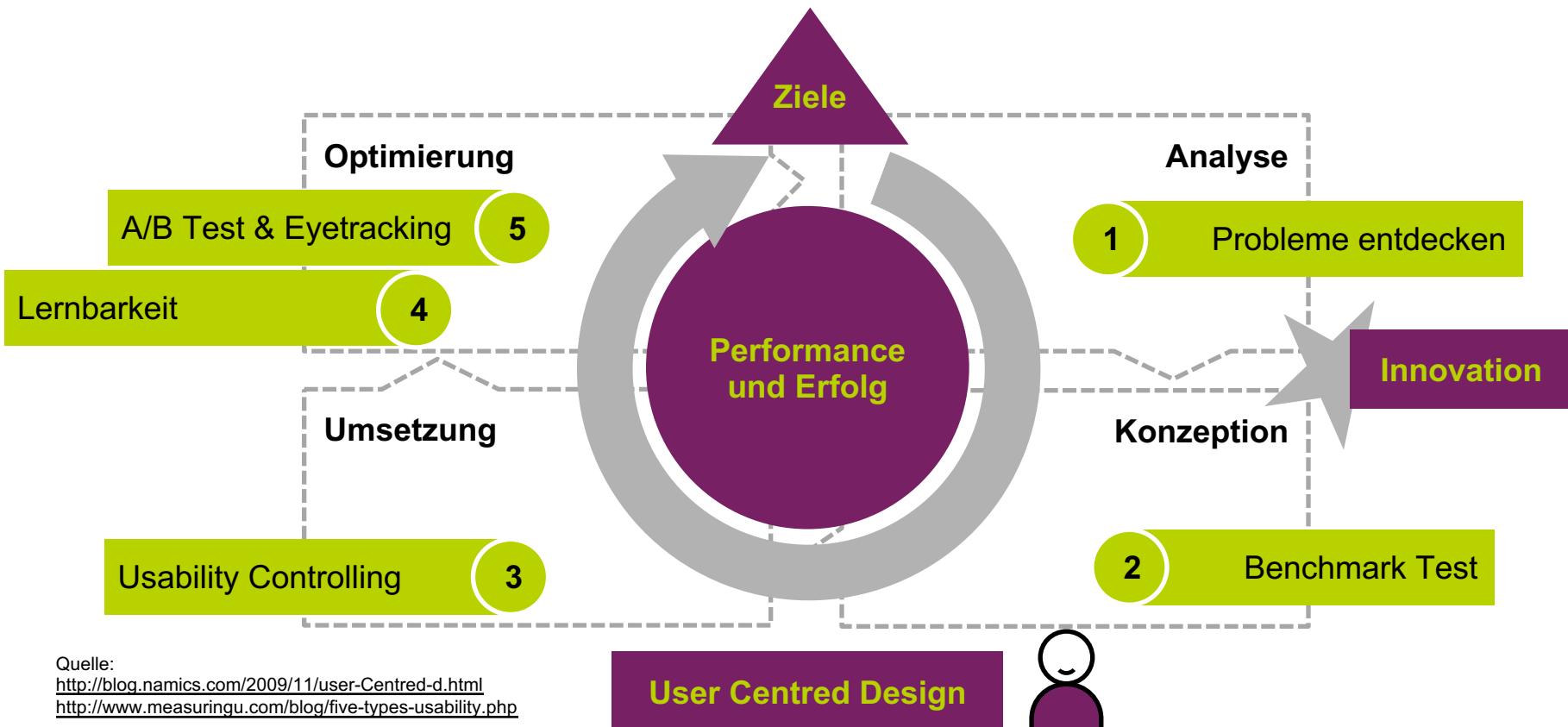
Trefft informierte Entscheidungen.



Wollt Ihr besser als die Konkurrenz sein?



Fünf typische Usability Tests

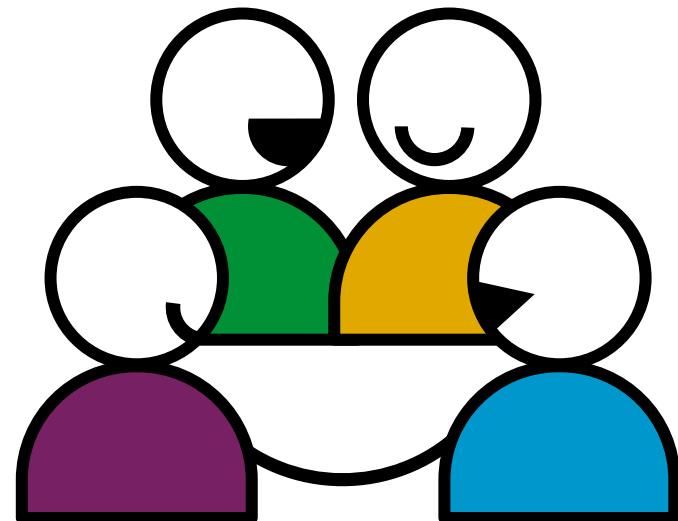


Was bringen Usability Tests?

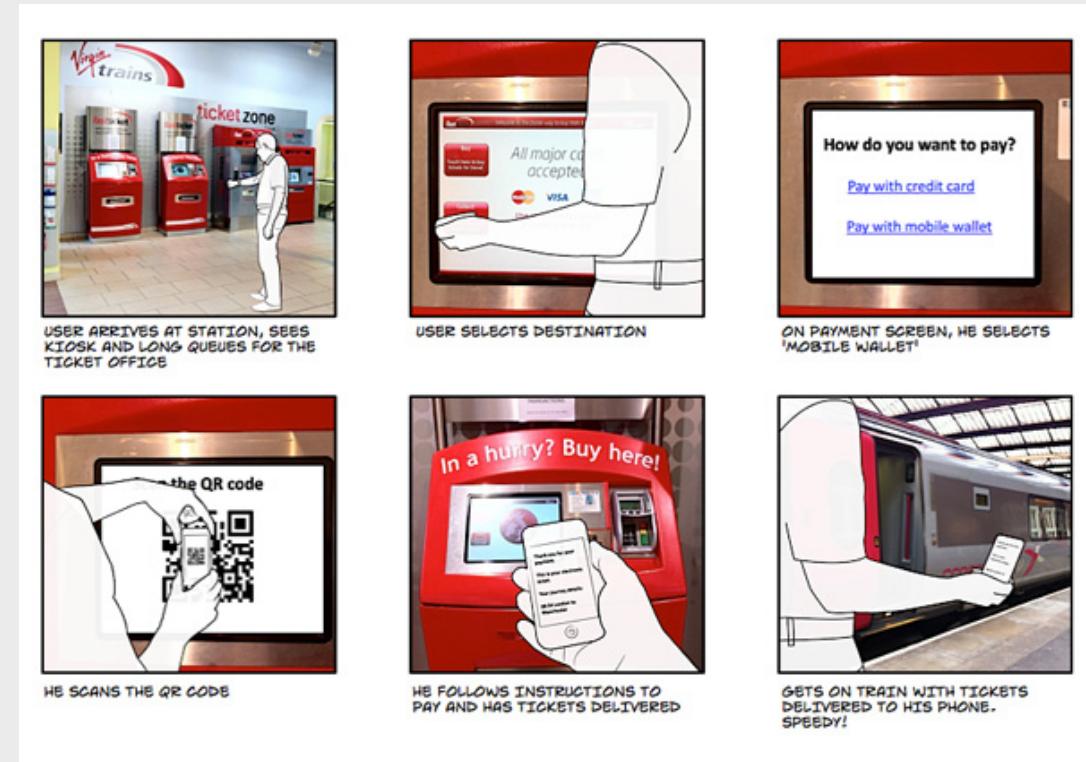
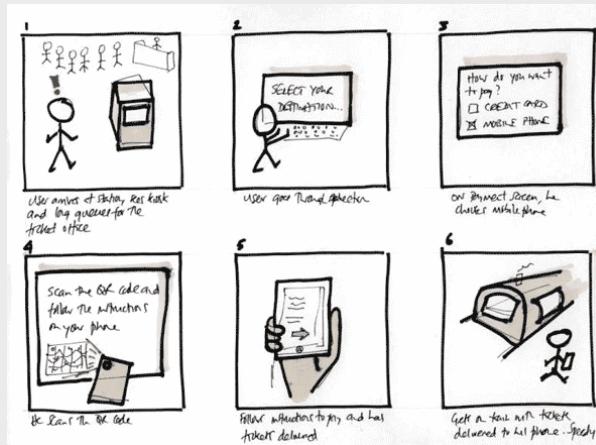
- Mutige Innovationen bestätigen
- „Quelle“ um auf Ideen zu kommen (Design Thinking)
 - Und darum besser als die Mitbewerber sein
- Persönliche Lernkurve
 - „Vom User lernen“ macht Euch zum Entscheider
- Erleichterung der internen Argumentation und Diskussion
- Konzept-Sicherheit und Ziel Erreichung
 - Ruhiger Schlafen – „1-10-100 Regel“

Frühe Usability Tests, während das System noch gar nicht läuft

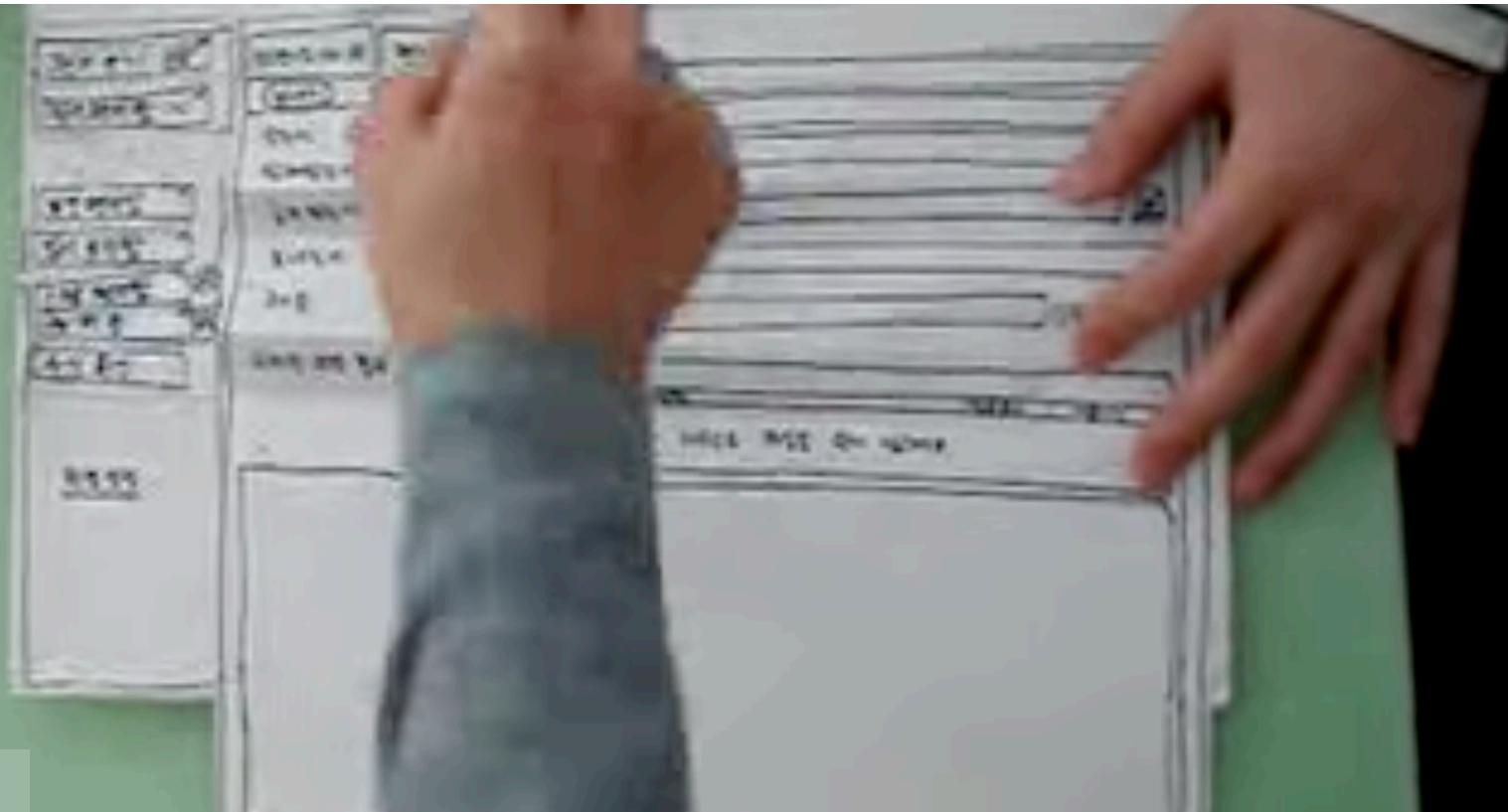
- Fragestellung: Wie kann man die Usability von Systemen testen, die noch nicht lauffähig sind?
- **Breakout-Rooms à 3 bis 4 Personen**
- 10 Minuten gegenseitiger Erfahrungsaustausch
- Sammlung (MURAL)
- Vorstellung der Überlegungen



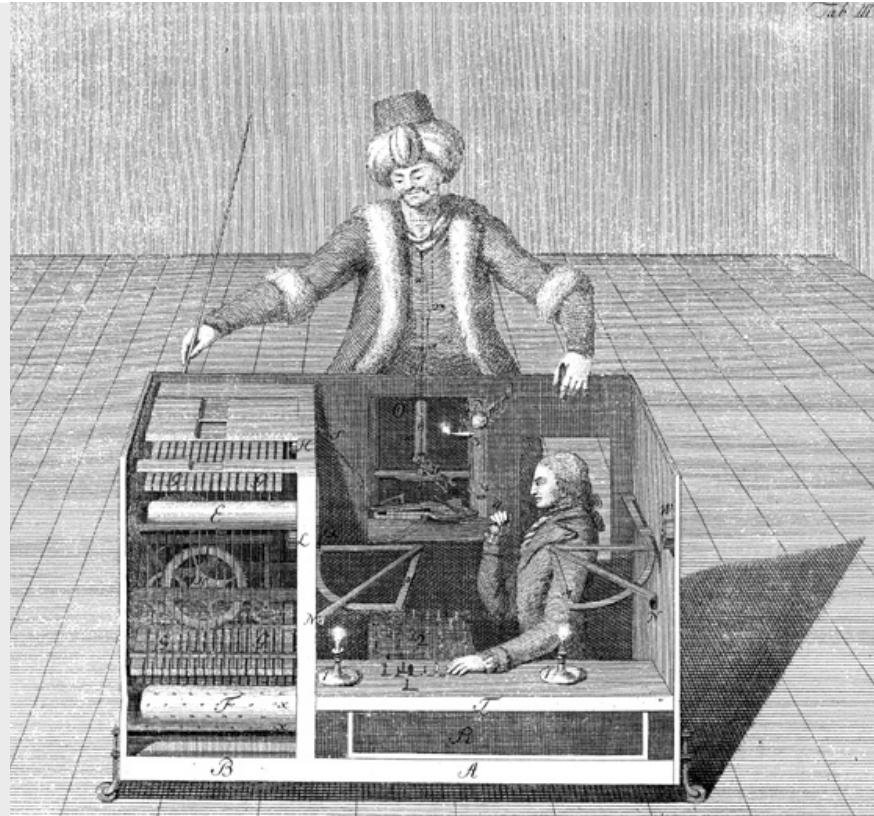
Storyboards



Paper prototyping



The Wizard of Oz

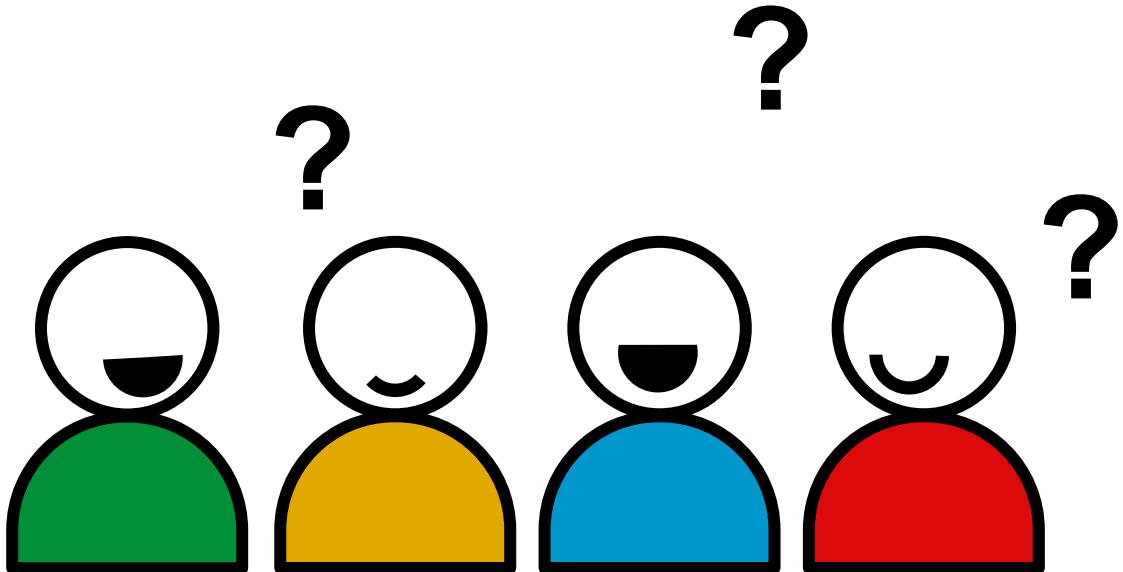


USABILITY TESTING

**Usability Testing
beantwortet Fragen.**

Quiz starten

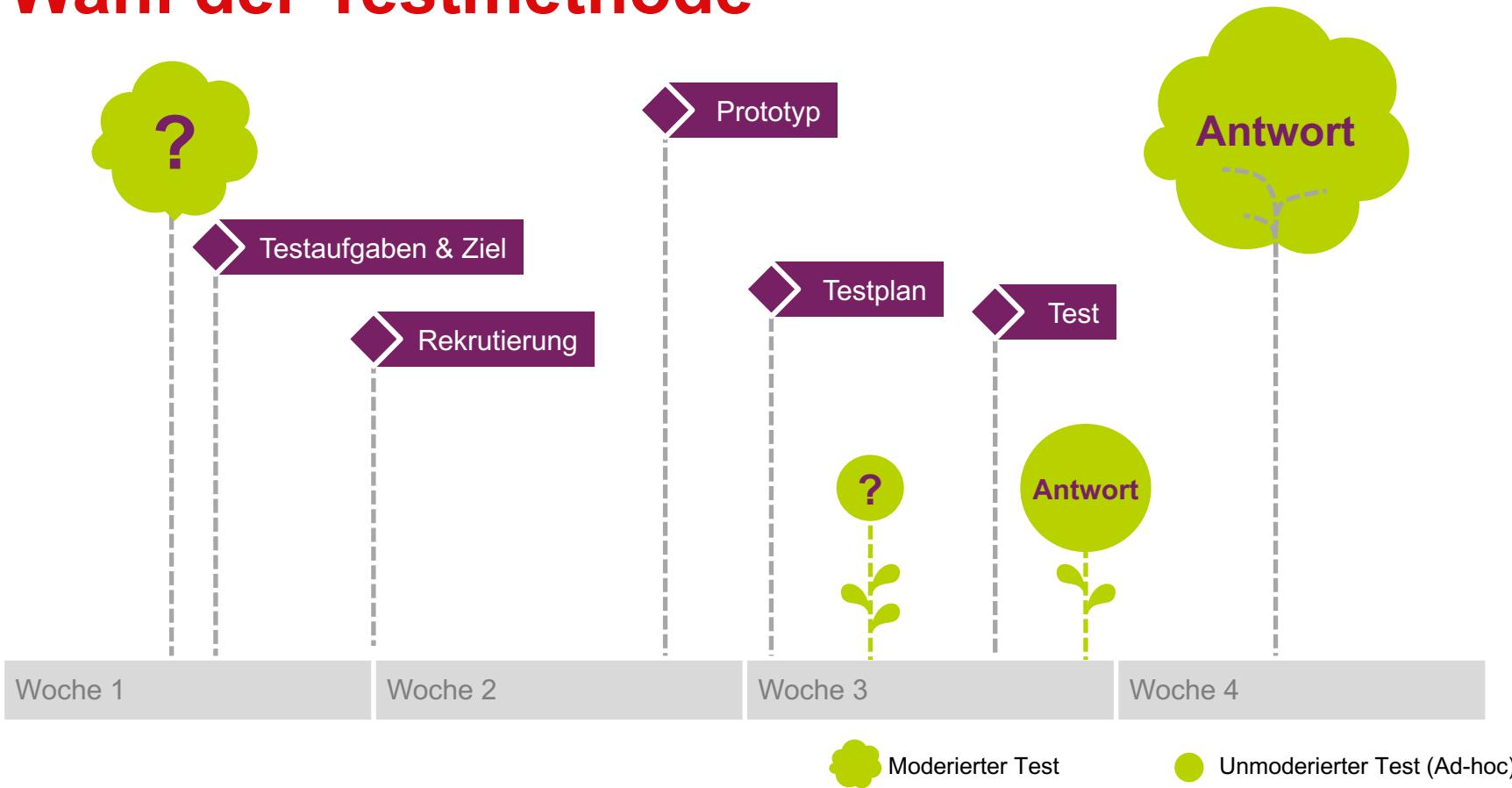
<https://kahoot.it/>



Die 10 Usability Faustregeln (Heuristics)

1. Sichtbarkeit des Systemstatus
2. Übereinstimmung von System und Wirklichkeit
3. Nutzerkontrolle und Freiheit
4. Beständigkeit und Standards
5. Fehlervermeidung
6. Wiedererkennung statt Erinnerung
7. Flexibilität und Effizienz
8. Ästhetisches und minimalistisches Design
9. Hilfestellung beim Erkennen, Bewerten und Beheben von Fehlern
10. Hilfe und Dokumentation

Wahl der Testmethode



Blog „Testingtime“ Online-Nutzertests richtig durchführen

Typen von Online-Usability-Tests in der Übersicht

	Moderierter Online-Usability-Test	Unmoderierter Online-Usability-Test mit Video	Unmoderierter Online-Usability-Test ohne Video
Fragestellung	offen, breit; Erkundung, Analyse; noch wenig über Nutzung des Testobjekts bekannt	konkret; Hypothesen über mögliche Probleme vorhanden; Vergleich von Varianten	konkret; Erheben von Metriken; Vergleich von Mitbewerbern
Erkenntnisse	Wie gehen Nutzer mit dem Testobjekt generell um? Warum tun sie, was sie tun?	Wie gehen Nutzer mit den Elementen konkret um? Warum tun sie, was sie tun?	Wie schätzen Nutzer das Testobjekt ein? Wie viele empfinden welche Probleme als wie schwerwiegend?

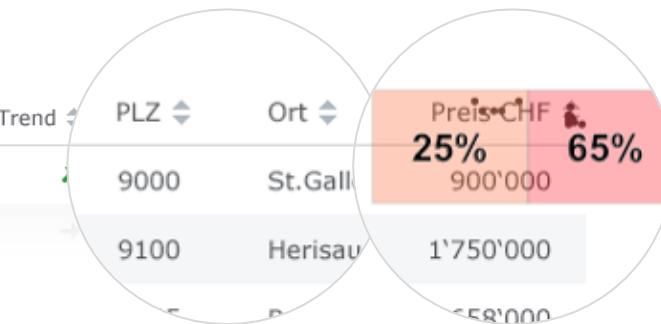


Ad-hoc Test: „Tabellensortierung“

- Sind Pfeile zur Markierung der Sortierung nötig?

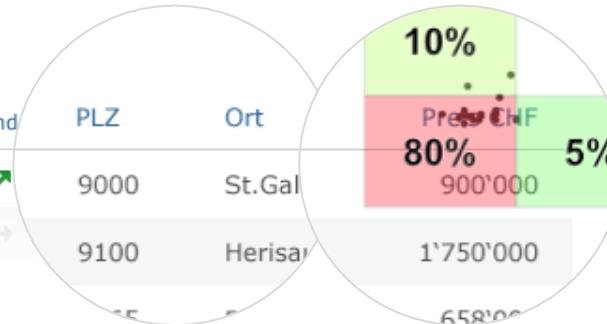
Variante A: Pfeile

Name	Aktuell	+/-	+/-%	Vortag	Hoch	Tiefst	Zeit	Trend
SMI	6453.21	-66.36	-66.36	6519.57	6512.69	6444.54	15:14:56	↑
ABB N	20.95	-0.44	-0.44	21.39	21.18	20.86	15:14:22	→



Variante B: Links

Name	Aktuell	+/-	+/-%	Vortag	Hoch	Tiefst	Zeit	Trend
SMI	6453.21	-66.36	-66.36	6519.57	6512.69	6444.54	15:14:56	↑
ABB N	20.95	-0.44	-0.44	21.39	21.18	20.86	15:14:22	→



Moderierter Test: „Folksonomy“

- Kann das Tagging Prinzip im Intranet eingesetzt werden?

	Teiln. 1	Teiln. 2	Teiln. 3	Teiln. 4	Teiln. 5
Flickr.com					
Bildersuche	✓	✓	✓	✓	✓
Besuchte Orte des Fotografen	=	✓	!	✗	✗
Häufigkeitsvergleich (Suche nach „Tag“)	✗	=	✗	✗	✗
(Ergebnis falsch)					(Ergebnis falsch)
Städte Europa (Popular Tags)	=	✓	!	!	=
Del.icio.us					
Farbschema-Links	✓	✓	✓	✓	✓
Links speichern (mit Tags)	=	=	✗	✗	=
Related Tags	!	✓	!	✓	=

The screenshot shows the Flickr interface with a search bar for 'eiffel tower'. Below it, a grid of thumbnail images of the Eiffel Tower from various angles. To the right, there are sections for 'Groups' (Paris, Eiffel Tower), 'Photographers' (sotolabelle, Stephy's Paris), and 'Tag Clusters' (paris, france and tower). A sidebar on the left shows the user is signed in as 'h-n-k'.

The screenshot shows the delicious interface with a search bar for 'tagging'. It displays a timeline of bookmarks saved from December 2002 to March 2010. Below the timeline, a search results page for 'My bookmarks' shows 17 results, with a link to 'siteninspire | Trent Walton | inspiring web design and CSS gallery'.

Zwei Lernziele, zwei verschiedene Tests.

Abgeschlossene Frage

Sind Pfeile zur Markierung der Sortierung nötig?

- Teilnehmerzahl grösser als 10
- Verständlichkeit, Gebrauchseignung und Effizienz
- Test mit vorhandenem Arbeitsstand
- Unmoderierter Test möglich

Umfassende Suche, Erkundung

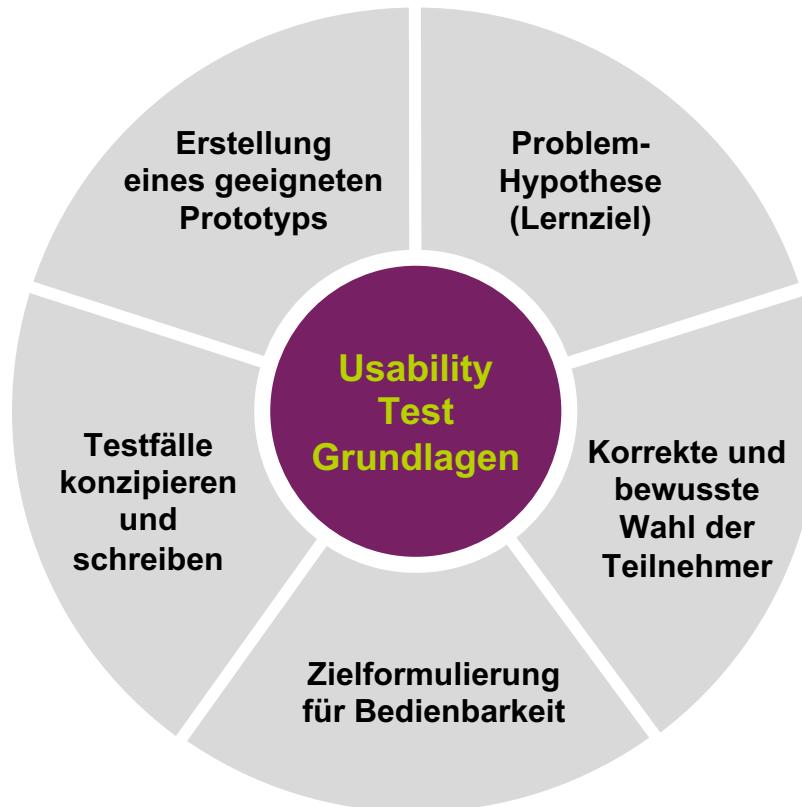
Kann das Tagging Prinzip im Intranet eingesetzt werden?

- 5 (oder 4) Testpersonen
- Gebrauchseignung, Effektivität und Lernbarkeit
- Test am Beispiel bekannter Websites
- Moderierter Test empfohlen

A close-up photograph of a glass filled with iced coffee. The coffee is dark brown at the bottom, with large, light-colored ice cubes floating on top. The background is blurred, showing warm, bokeh lights. A solid blue rectangular overlay is positioned in the center of the image, containing the word "Pause" in a large, white, sans-serif font.

Pause

Gemeinsame Grundlage aller Tests.



Problem-Hypothese (Lernziel des Tests).

- **Was will man vom Nutzer lernen?**
 - Kein Test ohne Lernbedarf
 - Abgeschlossene Fragen vs. umfassende Suche
- **Wahrscheinlichkeit zu Scheitern**
 - Bereitschaft zur Design-Iteration

Je grösser die Wahrscheinlichkeit zu Scheitern, umso wertvoller ist die Feststellung des Erfolgs!

Korrekte und bewusste Teilnehmerwahl.

- **Suche Eure Nutzer sorgfältig aus**
 - Vorhandene Research-Arbeit (Persona) nutzen
 - Rekrutieren auf der heutigen Website
- **Nehmt Euch Zeit**
- **Entschädigt grosszügig**
- **Wie viele Teilnehmer?**
 - Überzeugungsgrad der Antworten vs. Dauer der Sessions
 - Wenige Teilnehmer? Dann 4 Personen
 - Ab 11 Testpersonen wird es „langweilig“

Zielformulierung für Bedienbarkeit.

- **Grundsätzliche Dimensionen**
 - "Ease of learning" vs. "Efficiency of use over time"
- **Problemstellen erkennen**
 - Fehlinformationen
 - Unvollständige Transaktionen
 - Andauernder Bedarf an User-Support

Aufgaben konzipieren und schreiben. (1/5)

- Grösste Herausforderung beim Usability Test:
Die Erstellung guter Aufgaben
- Basierend auf Zielen der Nutzung
- Immer im Bezug auf den Produkt-Erfolg
 - Du bekommst, was Du überwachst
- Angemessene Komplexität
- Eingeschränkte und vorhersehbare Menge an Lösungswegen

Aufgaben konzipieren und schreiben. (2/5)

- Plausible Vorgeschichte und Auslöser (Szenarios)
- Instruktionen mit Spezifikation von
 - (a) Ziel, welches erreicht werden soll
 - (b) Startpunkt in der Anwendung/Web-Site
 - (c) weitere nötige Informationen (z.B. Login, Kreditkarten-Daten...)
 - (d) Wege/Features die nicht genutzt werden sollen
- Aufgabe sollte auf lautes Denken hinweisen (z.B. Aufgabe laut vorlesen lassen)

Aufgaben konzipieren und schreiben. (3/5)

- Echte Benutzerziele (nicht „Sichern sie Ihr File“)
- Keine „Keywords“ verraten → auch Bilder können den Lösungsweg verraten



Aufgaben konzipieren und schreiben. (4/5)

Problematisches Gegenbeispiel – SO NICHT

(Kontext: Test von App für Location-Based Q&A App “LocalHeros”)

- Melden Sie sich bei xxxx mit folgenden Daten an:
 - Benutzername: Peter Muster
 - Passwort: 1234567
- Definieren Sie eine neue Region
 - Stadt St. Gallen
 - Passendes Gebiet
- Stellen Sie folgende Frage
 - Überschrift: Beste Pizza in St. Gallen
 - Frage: [passend zu Titel selbst definieren]
- Geben Sie eine Antwort zur Frage „Indie Konzert“
(ohne eine Lokation anzuhängen)



Aufgaben konzipieren und schreiben. (5/5)

Gute Aufgabe – Zielorientiert, aber keine verfälschenden Hinweise

- Sie sind mit einigen Mitgliedern einer Indie Band CoolKids befreundet. Um diese Band promoten zu können haben Sie sich die Android Applikation LocalHeros heruntergeladen und sich registriert.

Dabei verwendeten Sie folgende Daten:

- Benutzername: Peter Muster
- Passwort: 1234567

- Sie sind der Meinung, dass Ihnen von LocalHeros Fragen zu Ausgehtipps in ihrer Wohnumgebung St. Gallen angezeigt werden sollten. Nach einer Woche erhalten Sie noch immer keine Meldungen zu neuen Fragen. Finden Sie heraus, woran das liegt und versuchen Sie, dies zu ändern.

Promoten Sie dann Ihre Band.

- Sie befinden sich gerade mit Ihrer Freundin, die Hunger auf Pizza hat, in der Stadt St. Gallen.

Verwenden Sie LocalHeros, um die beste Pizzeria der Stadt zu finden.

Alternativen zu vorformulierten Aufgaben

- **Umgedrehte Jagd:** Zeige der Testperson die Lösung und frage, wie sie diese finden würden.
 - Gut, um Suchstrategien zu testen, denn die Testperson muss eigene Begriffe finden und formulieren
- **Selbst formuliert:** Frage vor Testbeginn, welche Dinge von der Site erwartet werden.
- **Teil-formuliert:** Gib einen Teil der Aufgabe vor und lass die Testperson die „Lücke“ füllen.
- **Eigeninteresse-Aufgabe:** Lass die Testperson tatsächlich einen Kauf tätigen, statt es nur vorzugeben.
- **Problem-Lösung:** Stell die Testperson vor ein Problem und bitte sie es zu lösen

Erstellung eines geeigneten Prototyps.

- Ohne Studienobjekt kein Test
 - Meine Auswahl an Tools:
Papier, PowerPoint, Sketch App, Axure RP, HTML
- Low-fidelity vs. High-fidelity
 - Papier heisst nicht zwingend „low-fidelity“
- Obligatorisch: 1-2 Usability Tests zur Probe

Je präziser Inhalt und Form des Prototyps, desto präziser wird das Feedback!

USABILITY TESTING

**So geht's... das volle
Programm.**

Usability Tests auf einem Blatt planen

Usability Test. Planungs-Dashboard.

Testleiter Thomas Link	Kontaktangaben tlink@namics.com	Letztes Datum für Kommentare 13.12.2013
Testobjekt Was wird getestet? Ziele für wirtschaftlichen Erfolg und Nutzer-Erlebnis. www.kunde.ch Rechner und Beratungsinhalte führen zum Abschluss	Ziele des Tests Was sind die Ziele des Usability Test? Welche Fragen müssen beantwortet werden? Konkrete Hypothesen. verstehen die Kunden die Funktionen zum Kanalwechsel? vertrauen in die Sicherheit der Daten Motivation zur Fortsetzung des Prozesses	Teilnehmer Wie viele Teilnehmer werden rekrutiert? Profile und wichtigste Charakteristika. 6-8 Teilnehmer aus Testpersonen-Pool - Smartphone oder Tablet Nutzer - 30-40 Jahre, wohlhabend
Business Case Warum führen wir die Tests durch? Positive Aspekte und Risiken bei keinem Test. Ziel: Kanalwechsel zwischen Beratung und website/ Rechner Risiko: Seamless Experience unmöglich und Datenverlust	Testaufgaben Was sind die Test Tasks? Lorem ipsum dolor sit amet Sed odio ullamcorper cum sociis natoque penatibus Nascetur ridiculus mus Praesent sed elementum felis	Verantwortlichkeiten Wer ist beim Test dabei und für was verantwortlich? Thomas (Leiter, Moderation) Nina (xD, Protokoll) Beobachter: Fr. Expert (kunde) Hr. Frontend Hr. BUSINESS (kunde)
Test-Ablauf Was sind die wichtigsten Schritte der Durchführung des Tests? Zeitdauer und Beschreibung.	Testequipment Notige Geräte/Server und wie werden Daten aufgezeichnet? Laptop mit Silverback iPhone oder iPad und Kamera zur Auszeichnung Prototyp dev-Server	Ort & Datum Wo und wann wird der Test durchgeführt? Form und Termin für die Resultate. 11.12. Namics Enge 18.12. Debrief, Skype Konferenz 19.12. Jira-Tasks

In 21 Tagen zum erfolgreichen Testresultat.

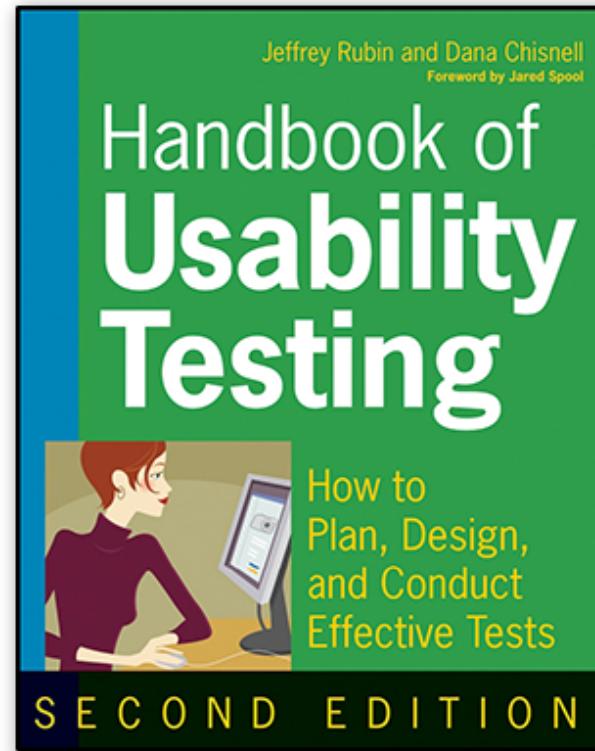


Stolperfallen und Tabus.

- Testen ohne Ziel(e)
- Pre-Test nicht oder unvollständig gemacht
- Prototyp nicht ausreichend oder fehlerhaft
- Zu wenig Zeit zwischen den Testpersonen
- Task unverständlich oder zu einfach
- Moderator: Sichtbar frustriert oder mangelnde Distanz
 - Die Testperson hat immer recht
 - Eine Stunde der Testperson ist etwa dreimal soviel wert wie eine meiner Stunden

Buchtipp.

- **Handbook of Usability Testing**
von Rubin & Chisnell (EN)
- www.usabilityworks.net
- Download von Templates,
Beispielen und Links zu weiteren
Quellen
www.wiley.com/go/usabilitytesting



Feiert die gefundenen Probleme!



Wandel im
Unternehmen
erreichen!

...damit alle wissen,
was nicht funktioniert!

alle...

alle...

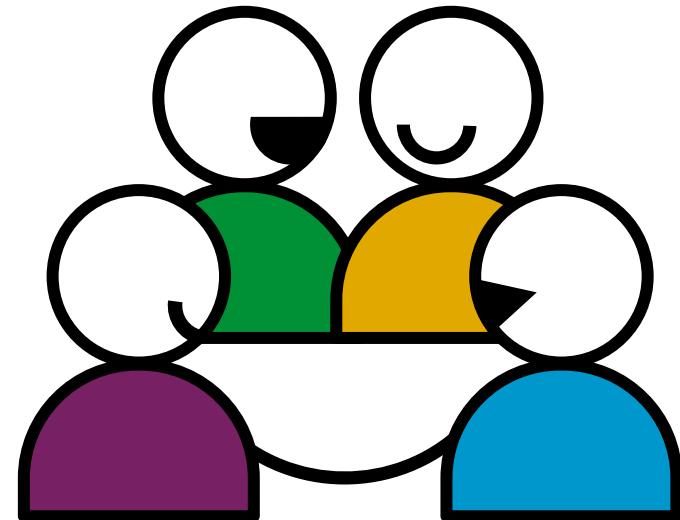
alle...

A close-up photograph of a glass filled with iced coffee. The coffee is dark brown at the bottom, with large, light-colored ice cubes floating on top. The background is blurred, showing warm, bokeh lights. A solid blue rectangular overlay is positioned in the center of the image, containing the word "Pause" in a large, white, sans-serif font.

Pause

Übung: Usability selbst testen

1. Mögliche Probleme finden (Ziel, Hypothese)
2. Cognitive Walkthrough
3. Endpunkt vom Cognitive Walkthrough
als Ziel in der Aufgabe formulieren
4. Unnötigen Hilfestellungen entfernen
5. Aufgabe schreiben/ausdrucken
6. Testperson Aufgaben ausführen
lassen und beobachten
7. Debriefing Testperson



Testobjekt: Helvetia Autokollision mit einem Reh
<https://www.helvetia.com/ch>



Auf ins MURAL...

A classical painting depicting a woman in a large yellow sun hat and a red dress interacting with two young children in a lush garden. One child plays a flute, and the other looks up at her. The scene is set outdoors with trees and foliage in the background.

FRONTEND IST EIN DIALOG

Frontend ist ein Dialog

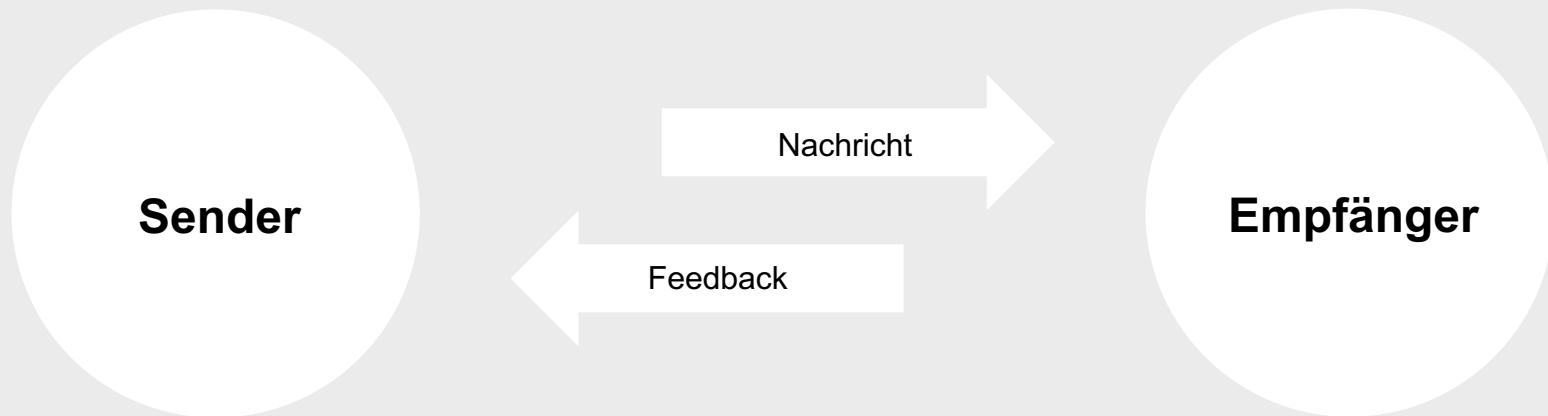
Die höchste Form der Kommunikation ist...

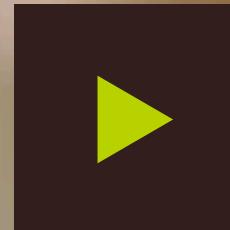


...der Dialog



Sender-Empfänger-Modell – Wikipedia





Frontend ist ein Dialog

- **Das User Interface IST ein Dialog**
 - User möchte ein Ziel erreichen und beantwortet die Produkt-Dialoge (UI)
- **Wie erklärt man Aufgaben verständlich und prägnant**
 - Dialog-Sprache ist nicht „natürlich“
- **Persönlichkeit entwickeln**
 - Sei höflich, respektvoll und intelligent

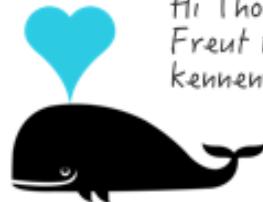


UI nicht UX

Beweis: Frontend IST ein Dialog

Checkout

Ich bin neu hier!



Hi Thomas!
Freut mich, dich
kennenzulernen.

Wie heisst Du?

Thomas

Vorname

Link

Nachname

E-Mail

I-i-n-k@gmx.net

Beispiel



Willkommen an Bord, **Herr Link**.
Viel Vergnügen bei Member Plus.

Aufgaben klar und
verständlich
erklären – wie im
persönlichen
Gespräch.

Nichts ist für uns wichtiger, als Sie optimal zu betreuen. Daher benötigen wir einigen persönliche Angaben mit denen wir Sie besser unterstützen können.

Registrieren

Erste Schritte

Auf dem Laufenden
bleiben

Unser Dankeschön für
Ihr Vertrauen

Bitte kontrollieren Sie Ihre Wohnadresse.

Keine Postfächer, damit die ortsbasierten Empfehlungen stimmen.

Address

Kreuzbleichestrasse 13

Strasse

9000

PLZ

St. Gallen

Ort

Kein gutes Beispiel – aber doch ein Dialog.



Sie haben den Restore Vorgang ihrer Hard Disk unterbrochen, welche jedoch fertig gestellt werden muss. Sind Sie sicher, dass Sie fortfahren möchten?

Fortfahren

Abbrechen

Fortfahren... Womit?!? Restore oder Abbruch?

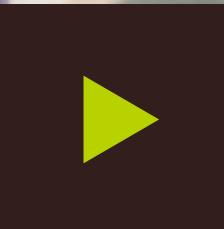
Verletzt Faustregel „Fehlervermeidung“

2

PURPLE PRODUCTS

2

2



Unterhalten wir uns so?



Ausformulierte Fragen im GUI?

Neues Meeting erstellen

Was für eine Art von Meeting möchtest Du erstellen?

Wann soll das Meeting stattfinden?  Start Ende

Wer soll alles am Meeting teilnehmen?

Was ist das Thema des Meetings?

Welche Ziel und welche Resultate möchtest Du erreichen?

[Das Meeting jetzt zu meinem Kalender hinzufügen](#) [Nein, danke](#)



Keine Prosa

Neues Meeting

Art des Meetings

Datum und Zeit  Start Ende

Teilnehmer

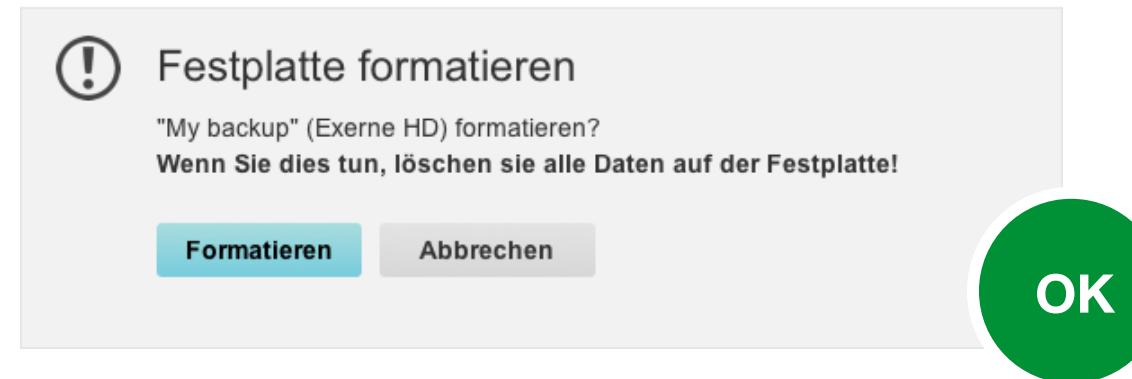
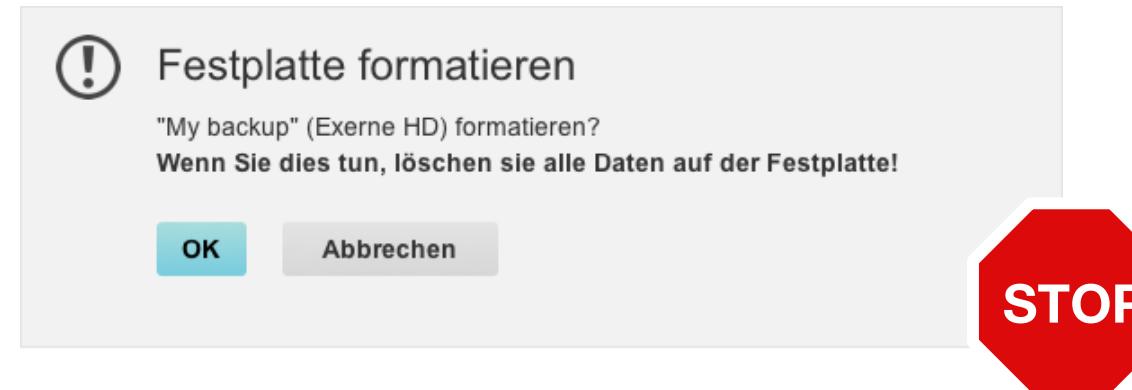
Thema des Meetings

Ziel und Resultate

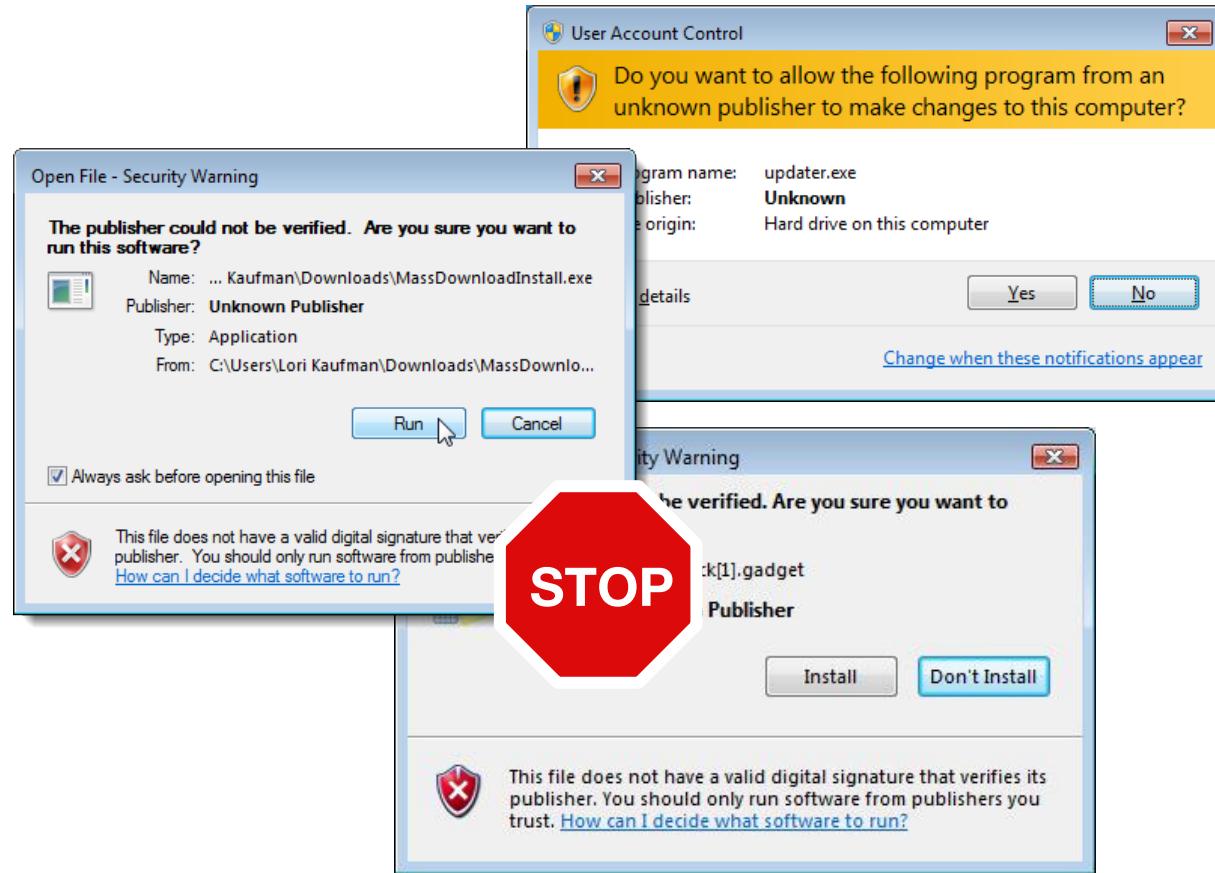
Zum Kalender hinzufügen **Abbrechen**

OK

Beschreibende Button Labels



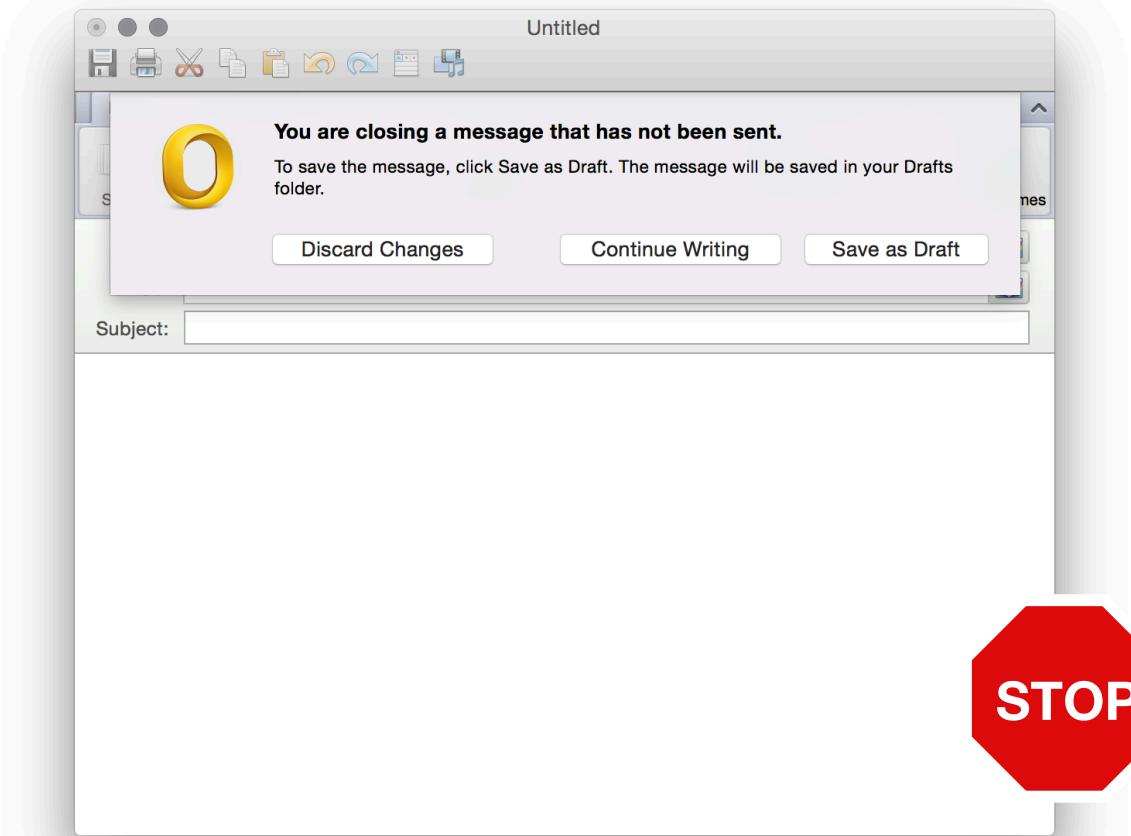
Nur einmal fragen



CODING HORROR

<http://blog.codinghorror.com/windows-vista-security-through-endless-warning-dialogs/>

Unnötige Rückfragen vermeiden



Für Entscheidungen braucht es Informationen

Versand und Zahlungsinformationen

Bitte wählen aus den folgenden Optionen

Artikel zum Versand aus St. Gallen

Versandart	Voraussichtliche Zustellung	Preis
<input type="radio"/>  Schweizer Post	23.12.2014	kostenlos
<input type="radio"/>  DHL Express	21.12.2014	CHF 22.00
<input type="radio"/>  UPS Über-Nacht-Versand Mit Geld-zurück-Garantie*	20.12.2014 – 12:00 Uhr	CHF 294.15

Voraussetzung: Bestellung bis 16:30 Uhr

*Gilt nicht für nicht zustellbare Waren. Bitte lesen sie hierzu die [Über-Nacht Versandbedingungen](#)

OK



Mein Erlebnis: Spiegel der Persönlichkeit

- Kriterien negativer Erlebnisse
 - Zeitverschwendung
 - Unhöfliches oder unpassendes Verhalten
 - Arroganz
 - Dummheit
 - Keine Liebe zum Detail
- Grund: Person oder Persönlichkeit
 - Software-Persönlichkeit → Unternehmen

A close-up, slightly blurred portrait of a woman's face. The lighting is dramatic, with strong blue and purple hues highlighting her eyes and skin. Her gaze is directed towards the viewer. The background is dark and out of focus.

Personality

Welche Persönlichkeit hat Dein Frontend?

Grob				Höflich
Extrovertiert				Introvertiert
Familiär				Professionell
Maskulin				Feminin
Entspannt				Seriös
Begeisterungsfähig				Zurückhaltend
Premium				Billig
Langweilig				Überraschend
Flexibel				Bürokratisch
Humorvoll				Trocken
Prägnant				Gesprächig
Unterstützend				Ignorant

Welche Persönlichkeit hat Dein Frontend?



Corporate-Roboter Ton

Kennwort ändern

Geben Sie das aktuelle Kennwort und dann ein neues Kennwort ein. Geben Sie das neue Kennwort anschließend zur Bestätigung ein weiteres Mal ein.

Nach dem Speichern müssen Sie den Benutzernamen und das Kennwort möglicherweise erneut eingeben und sich noch einmal anmelden. Sie erhalten eine Benachrichtigung, sobald das Kennwort geändert wurde.

Domäne\Benutzername:

Aktuelles Kennwort:

Neues Kennwort:

Neues Kennwort bestätigen:

Kritischer Fehler

Die Webseite ist nicht ordnungsgemäß geladen. Laden Sie die Seite neu, indem Sie den Browser aktualisieren.

Technische Informationen: TypeError: undefined is not an object
(evaluating 'i[t]')

Der gesamte Fehlerbericht wird unten aufgelistet:
[Bericht anzeigen](#) ▾

OK

Speichern

Immer passend

- Professionell
- Freundlich
- Unterstützend

FREE SHIPPING ON USA ORDERS OVER \$50

STORE ENGINEER PRINTS

SUBSCRIBE    

* Photojojo! *

UNIVERSITY BLOG  0

The Polaroid Cube

Fun is his middle name



DO NOT PULL

The Polaroid Cube
\$99.99

Add to Cart

In Stock!

Mounts
\$18-40.00

Choose... 

Add to Cart

In Stock!

MicroSD Card
16GB
\$12.00

Add to Cart

In Stock!

Order in the next **22h 5m 5s** and it
Ships Tomorrow! ([Shipping options ↗](#))

Free Shipping
on orders over \$50

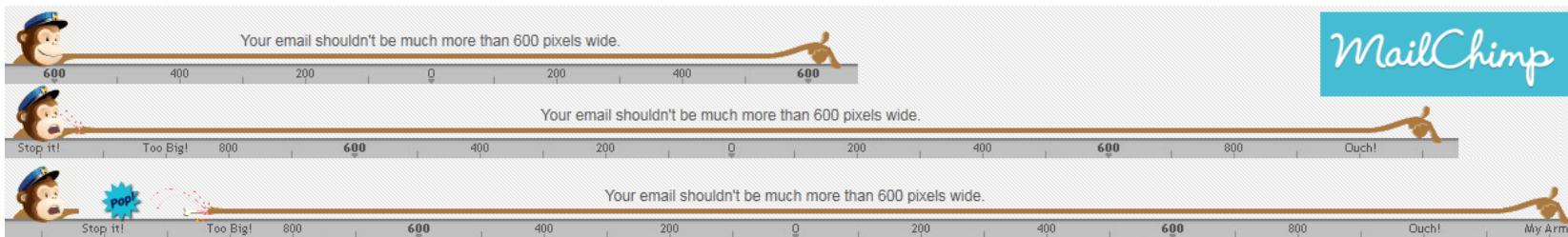
CHAT WITH L!

Description FAQ

2018 eingestellt

Weitere Ideen...

- Passende Persönlichkeit mit Persona finden
- Feedback zeigt sofort, was gerade passiert



- Meldungen, Warnungen und Bestätigungen besonders aufmerksam beachten – und actionable machen
- Benutzer gehen selten die „idealen“ Weg – das Interface muss Fehler verzeihen

FRONTEND DIALOG

Beispiele für Dialog Design

Beispiel Typeform: «How you ask is everything.»



Patient Satisfaction Survey

We would be very appreciative if you could spare a few minutes to give us feedback about the care you received.

Start

press ENTER

1 → What is your **first name?***



OK ✓

press ENTER

0 of 30 answered

Create your own typeform...



1 → What is your **first name**?*



Thomas

OK ✓

press ENTER

2 → Thank you for taking this survey, Thomas Link.

What is your last name?*



Thomas

2 → Thank you for taking this survey, Thomas.

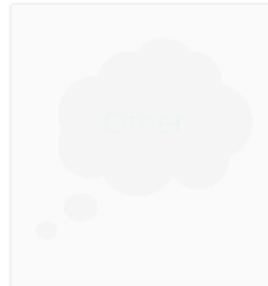
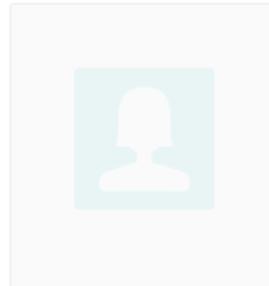
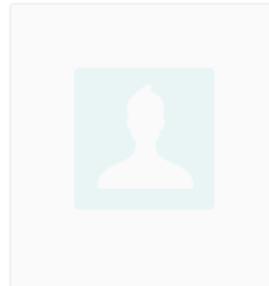
What is your last name?*

Link

OK ✓

press ENTER

3 → What's your gender?



1 of 30 answered

Create your own typeform...



4 → How old are you?

A Under 18

B 18-24

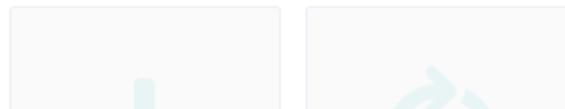
C 25-34

D 35-49

E 50-64

F Over 60

5 → Were you a new or returning patient?*



3 of 30 answered

Create your own typeform...



Strongly disagree

Strongly agree

b. *Appointments were available within a reasonable amount of time.**

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Strongly disagree

Strongly agree

c. *Checking in was fast and efficient.**

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Strongly disagree

Strongly agree



a. Thomas, how would you rate the medical care we have provided so far?



b. And how likely are you to recommend us to a friend or colleague?*



Not likely at all

Extremely likely





Thanks for completing this typeform
Now **create your own** — it's free, easy, & beautiful

Create a typeform

press ENTER

Beispiel Smile direct

Version 2018

The screenshot shows the smile.direct website interface. At the top left is the logo 'smile direct' with the text 'Ein Unternehmen von Nationale Suisse'. To the right is the tagline 'Der direkteste Prämienrechner der Schweiz'. On the far right is a back arrow and the text 'Zurück zu smile.direct'. Below the header are three tabs: 'Ihre Angaben', 'Ihre Prämie', and 'Ihre Versicherung'. A large white speech bubble contains the question 'Um welches Fahrzeug geht es?'. Below it are two search options: 'Volltextsuche' (selected) and 'Suche via Modellauswahl'. There are input fields for 'VW: Passat 1.9 TDI' and 'Jahr der 1. Inverkehrsetzung'. At the bottom are filters for 'Baujahr', 'Aufbauart', 'Hubraum', 'Leergewicht', 'Leistung in PS', and 'Neupreis'. To the right of the main content area is a graphic of a car inside a speech bubble labeled 'smile.car'. Below this are two badges: one from 'comparis.ch' rating 'Autoversicherungen' with a 'Bestnote: 5.3' and 'Kundenzufriedenheit 05/2014'; and another from 'bonus.ch' with a 'gut: 5.3' rating. At the bottom right is a thumbs-up icon and the text 'TOP!'. Below that is the tagline 'Sobald es mit Leben erfüllt wird'.

Um welches Fahrzeug geht es?

Volltextsuche

Suche via Modellauswahl

VW: Passat 1.9 TDI



2003



Baujahr	Aufbauart	Hubraum	Leergewicht	Leistung in PS	Neupreis
2001	Com/5	1896	1627	130	38'700
2001	Com/5	1896	1611	101	36'390
2000	Lim/4	1896	1556	101	34'280
2000	Lim/4	1896	1577	130	36'570
1997	Com/5	1896	1400	90	34'100
1996	Lim/4	1896	1370	90	32'210

Neupreis

CHF 38'700

Neuwert Zubehör

CHF 0



Eigenfinanzierung

Leasing

Per wann soll Ihre Versicherung beginnen?

Versicherungsbeginn

24.11.2014



TOP!

Schon seit Jahren erhalten wir
Bestnoten für smile.car von
comparis.ch und bonus.ch

89'541

Zufriedene Kunden stehen für beste
Versicherungsleistungen

90,4%

Unserer Kunden würden uns
weiterempfehlen



1-Jahresverträge

Wir binden unsere Kunden nicht an
langjährige Verträge, sondern bieten
Ihnen eine unbürokratische
Anpassung an Ihre veränderten
Wünsche: 1-Jahresverträge mit
Kündigungsfrist 1 Monat.



Auf wen ist das Fahrzeug zugelassen?

(Versicherungsnehmer)

Auf den häufigsten
Lenker

Auf eine andere
Privatperson

Auf eine Firma

Wer ist der häufigste Lenker?

Männlich

Weiblich

Geburtsdatum

— — — —

Nationalität



PLZ

Wohnort

Jahr der Fahrprüfung

JJJJ

Anzahl Kinder (auch Erwachsene)

— — — —

Wie wird das Fahrzeug hauptsächlich genutzt?

ausschliesslich privat

privat und Arbeitsweg

privat und geschäftlich

nur geschäftlich

Prämie berechnen »

Keine versteckten Gebühren

Wir verlangen keine Sondergebühren.
In Ihrer Prämie ist immer alles
enthalten. Unsere Angebote sind
transparent und nachvollziehbar.

Noch Fragen?

Rufen Sie uns an:

0844* 848 444

* ab Festnetz: Ortstarif

* ab Mobil: gemäss Anbieter

Auf wen ist das Fahrzeug zugelassen?

(Versicherungsnehmer)

Auf den häufigsten
Lenker

Auf eine andere
Privatperson

Auf eine Firma

Wer ist der häufigste Lenker?

Männlich

Weiblich

Geburtsdatum

28.12.1969

Deutschland



Aufenthaltsbewilligung



PLZ

Wohnort

Jahr der Fahrprüfung

JJJJ

Anzahl Kinder (auch Erwachsene)

Wie wird das Fahrzeug hauptsächlich genutzt?

ausschliesslich privat

privat und Arbeitsweg

privat und geschäftlich

nur geschäftlich

Prämie berechnen »

Keine versteckten Gebühren

Wir verlangen keine Sondergebühren.
In Ihrer Prämie ist immer alles
enthalten. Unsere Angebote sind
transparent und nachvollziehbar.

Noch Fragen?

Rufen Sie uns an:

0844* 848 444

* ab Festnetz: Ortstarif

* ab Mobil: gemäss Anbieter

Ihre Angaben

Ihre Prämie

Ihre Versicherung

Noch 1 Schritt bis zur Prämie!



budget

CHF 761.20

Solide Leistungen für
Kostenbewusste

clever

CHF 811.90

Optimales Preis-
Leistungsverhältnis für clevere
Kombinierer

premium

CHF 996.70

Überdurchschnittliche Leistungen
für Anspruchsvolle TOP!Schon seit Jahren erhalten wir
Bestnoten für smile.car von
comparis.ch und bonus.ch 89'541Zufriedene Kunden stehen für beste
Versicherungsleistungen 90,4%Unserer Kunden würden uns
weiterempfehlen

Antragsfragen

Bitte beantworten Sie die Antragsfragen wahrheitsgetreu. Eine Falschdeklaration führt im Schadenfall zu
Restriktionen.Ist dem häufigsten Lenker in den letzten 5 Jahren der Führerausweis für 2 oder mehr Monate entzogen worden
oder wurden gegen den häufigsten Lenker in den letzten 5 Jahren Verurteilungen oder Bussen im
Zusammenhang mit Verkehrsvergehen resp. -delikten gesprochen? Ja Nein

 Ihre Angaben

Ihre Prämie

Ihre Versicherung

Wählen Sie Ihr individuelles Leistungspaket!



budget

CHF 761.20

Solide Leistungen für Kostenbewusste



clever

CHF 811.90

Optimales Preis-Leistungsverhältnis für clevere Kombinierer



premium

CHF 996.70

Überdurchschnittliche Leistungen für Anspruchsvolle



 TOP!

Schon seit Jahren erhalten wir Bestnoten für smile.car von comparis.ch und bonus.ch

 89'541

Zufriedene Kunden stehen für beste Versicherungsleistungen

 90,4%

Unserer Kunden würden uns weiterempfehlen



1-Jahresverträge

Wir binden unsere Kunden nicht an langjährige Verträge, sondern bieten Ihnen eine unbürokratische

 Antragsfragen

 Haftpflicht 

Versicherung personalisieren ➤

Prämienstufe	1/40%			Art. 45	CHF	407.10
--------------	-------	--	--	---------	-----	--------

 Bonusschutz	nicht versichert	silver	gold	Art. 45	CHF	40.70
---	------------------	--------	------	---------	-----	-------

Garantiesumme	CHF 100'000'000			Art. 43		
---------------	-----------------	--	--	---------	--	--

Selbstbehalt	jugendliche Lenker	CHF 1'000	CHF 2'000	Art. 44		
--------------	--------------------	-----------	-----------	---------	--	--

FRONTEND DIALOG

Zusammenfassung

Der gute Frontend Dialog: Verständlich und prägnant

- Prosa ist FALSCH
- Button Label MUSS beschreibend sein
- Nur ein mal fragen (Entscheidungen merken)
- Rückfrage nur bei berechtigtem Zweifel
(nicht aus Faulheit)
- Hilfreiche Kombination von Info und Entscheidung
(Actionable Interface)
- Fehler verzeihen

Die wichtigsten Punkte

- Frontend IST ein Dialog zwischen User und Produkt
- Passende Persönlichkeit festlegen
 - Sei höflich, respektvoll und intelligent
- Aufgabe(n) klar und prägnant erklären
- Ein natürlicher, professioneller und freundlicher Dialog ist meist ein gutes Design
- Menschen sind keine Roboter
- Ein besonders guter Dialog geht über die Erfüllung der Aufgabe hinaus
- Das Interface folgt der „Story“

Lernziele

- Du weisst, was User gerne tun.
- Du kennst die Grundlagen von Usability Tests.
- Du kannst selbst Usability Tests vorbereiten und durchführen.
- Du kennst die Wichtigkeit des Frontend im Dialog mit dem Kunde.
- Du kannst beurteilen, ob ein Frontend verständlich und prägnant formuliert ist.

A photograph of a dense forest of tall evergreen trees, likely cedars or Douglas firs, with their characteristic needle-like leaves. The trees are closely packed, creating a dark green, textured background.

Viel Erfolg

Vielen Dank für Eure Aufmerksamkeit.

THOMAS.LINK@NAMICS.COM

© NAMICS

CAS Frontend Engineering. Usability. Frontend ist eine Unterhaltung.



Reserve

Prinzipien und Patterns für „Rich Interactions“



CLI

COMMAND LINE
INTERFACE

- STATIC
- DISCONNECTED (ABSTRACT)
- HIGH - LOW
- DIRECTED
- RECALL

GUI

GRAPHICAL USER
INTERFACE

- RESPONSIVE
- INDIRECT
- DOUBLE Medium
- EXPLORATORY
- RECOGNITION

NUI

NATURAL USER
INTERFACE

- EVOCATIVE
- UNMEDIATED (DIRECT)
- FAST FEW
- CONTEXTUAL
- INTUITION

OUI

ORGANIC USER
INTERFACE

- FLUID
- EXTENSIVE
- CONSTANT ZERO
- ANTICIPATORY
- SYNTHESIS

User Interface heute

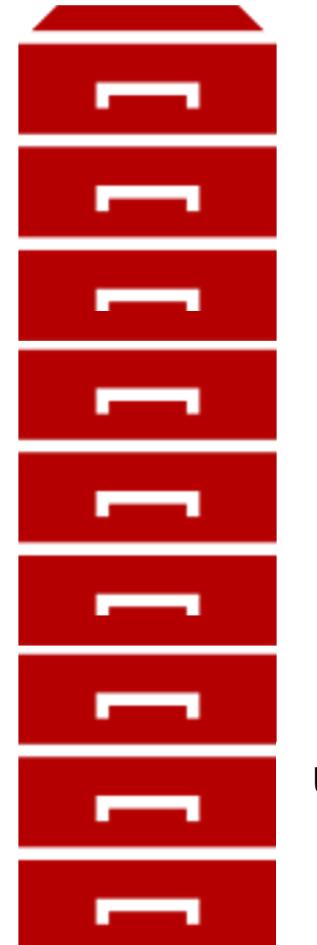
INTERFACES TYPES
; THEIR CHARACTERISTICS
~ DENNIS WIXON

IxD und Anzahl Frontend-Komponenten



User Interface
Komponenten

1999



User Interface
Komponenten

2021



User (Web) Interface Prinzipien

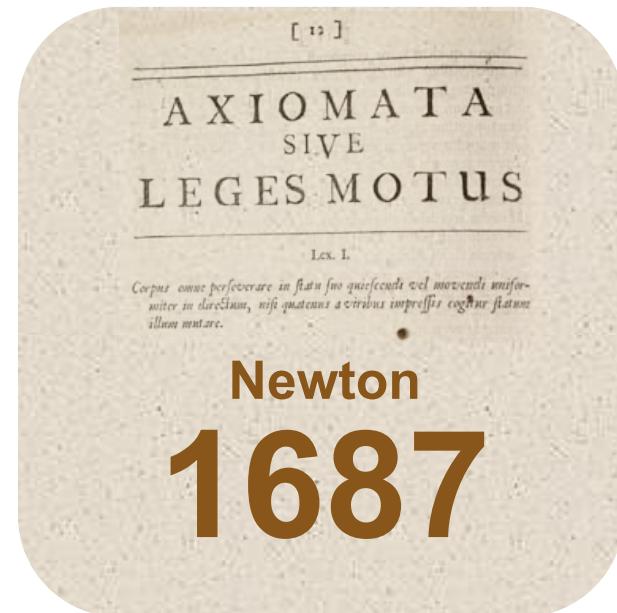


- **Direkte Manipulation**
 - In-Page Editing
 - Drag and Drop
- **Interface-Diät**
 - Kontext Funktionen
- **User auf der Seite halten**
 - Overlay, Inlay
 - Virtual Pages
- **Lade zur Bedienung ein**
- **Animationen nutzen**
- **Sofortige Reaktion**

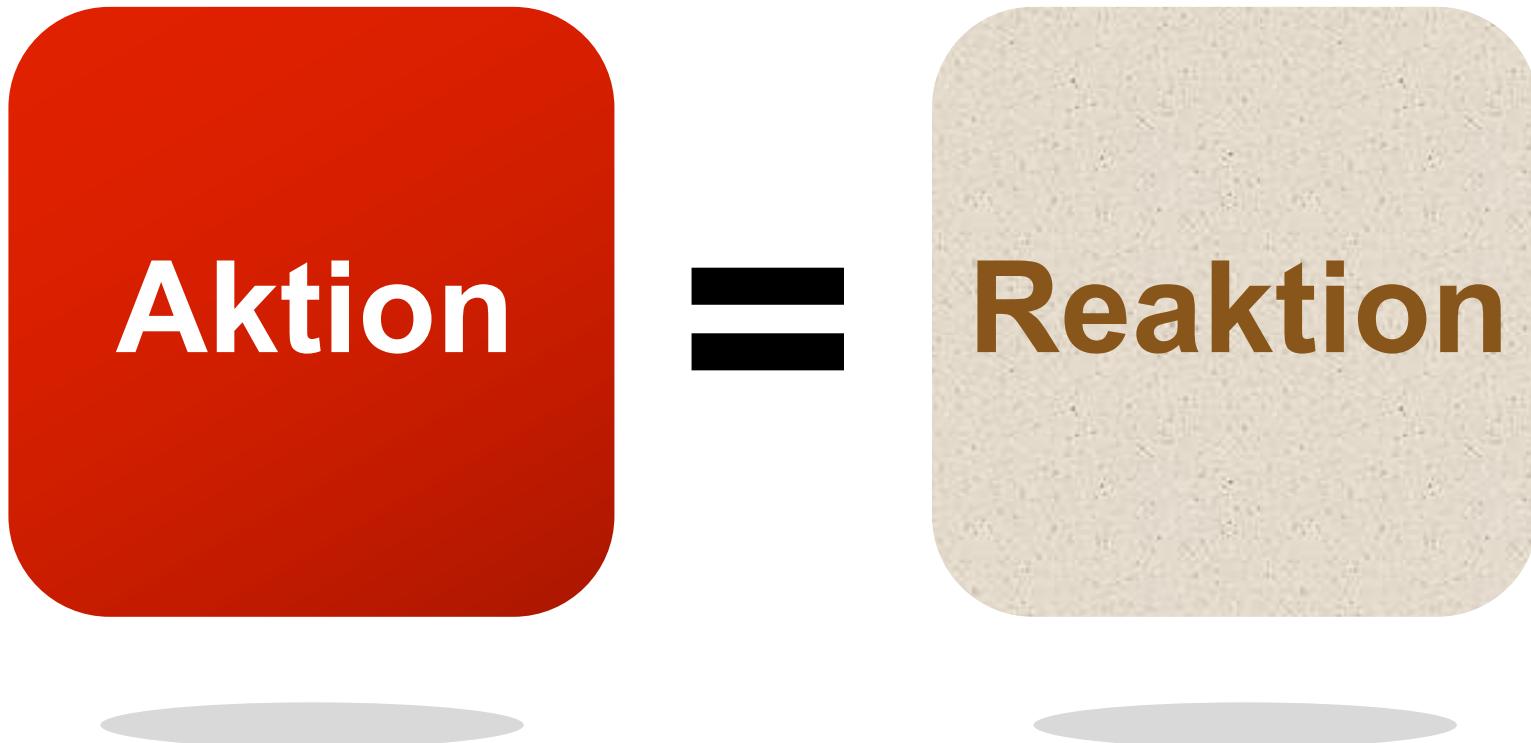
User (Web) Interface Prinzipien



=



User (Web) Interface Prinzipien





Interface-Diät

Leicht und
gesund

Primäre und sekundäre Aktionen

List

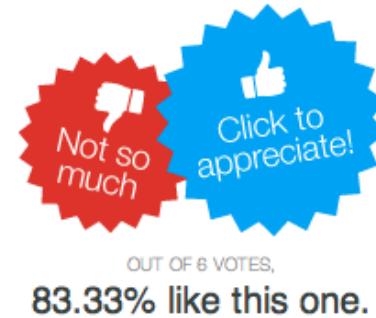
- Präsentation auf Stick
- Beamer mitbringen
- Software abstellen
- Dry run

[Add an item](#)

**Essentielle (primäre)
Aktionen müssen
sichtbar sein!**

Kontext Werkzeuge/Funktionen

- Ähnlich wie Kontext Menüs
 - Immer sichtbar
 - Sichtbar per Hover
 - Modus-Wechsel Ein/Aus
 - Sekundäre Menüs (Rechtsklick)
- Geeignet für identifizierbare Objekte und „Dinge“
- Nachteil: Bedienung evtl. langsamer



Beispiel „Immer sichtbar“ im E-Banking

Accounts					
 UBS personal account CH08 0029 8298 9999 9901 Q	UBS Demo	CHF	32'886.45	  	
 HOUSEHOLD CH02 0029 8298 9999 9940 H	UBS Demo	CHF	1'645.87	    New payment	
 SALARY CH45 0029 8298 9999 9941 G	UBS Demo	CHF	3'853.81	  	
 SAVINGS CH73 0029 8298 9999 99M1 W	UBS Demo	CHF	12'413.10	  	
 Card account 0000 1234 5678 1234 5678	CREDIT CARD UBS...	CHF	-6'166.85	  	
 UBS KeyClub 9999999999	UBS Demo	ePoints	250	 	

Beispiel „Hover reveal“ in Spotify

The screenshot shows the Spotify web interface with the 'Browse' tab selected. The main content area displays a grid of five mood boards or playlists. Each board has a preview image, a title, and a brief description. The first four boards have a light gray background, while the fifth board has a red-tinted background. A cursor is hovering over the fifth board, triggering a 'hover reveal' effect. A white circular overlay appears on the board, containing a large white play button icon and a smaller white '...' icon below it. This overlay obscures part of the board's content. The top navigation bar includes links for 'ÜBERSICHT', 'TOP LISTEN', 'GENRES UND STIMMUNGEN', 'NEUHEITEN', 'NEWS', and 'ENTDECKEN'. On the left side, there is a vertical sidebar with icons for 'Spotify' (green circle), 'Suchen' (magnifying glass), 'Browse' (radio tower), 'Radio' (radio waves), 'Deine M...' (three bars), and 'Folgen' (person icon).

Board	Title	Description
1	Cozy Evening	What could be better than an evening inside, all warm and relaxed on the couch? Let...
2	Evening Chill	Elevate your evening and unwind with the lush sounds of today's best indie and...
3	Night Rider	Get in your car, board a train, or just walk the streets as the sun sets behind the...
4	R&B Love	No music genre does love and sex like R&B. Here are some of the hottest R&B...
5	Coffee Table Jazz	Relax to the sound of jazz.

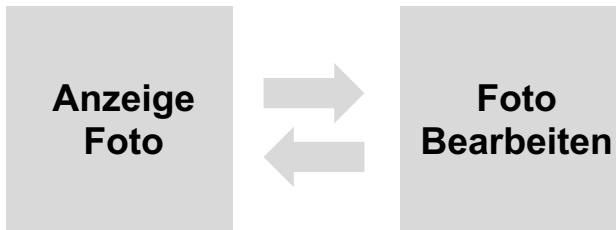
A promotional still from the movie Minority Report. Tom Cruise is in the center, wearing a black t-shirt, looking directly at the camera with a serious expression. He is wearing dark, futuristic gloves with glowing blue lights on his fingers. His hands are positioned as if interacting with a digital interface. The background is a blurred, high-tech environment with glowing blue and white lights, suggesting a futuristic or scientific setting.

Direkte Manipulation

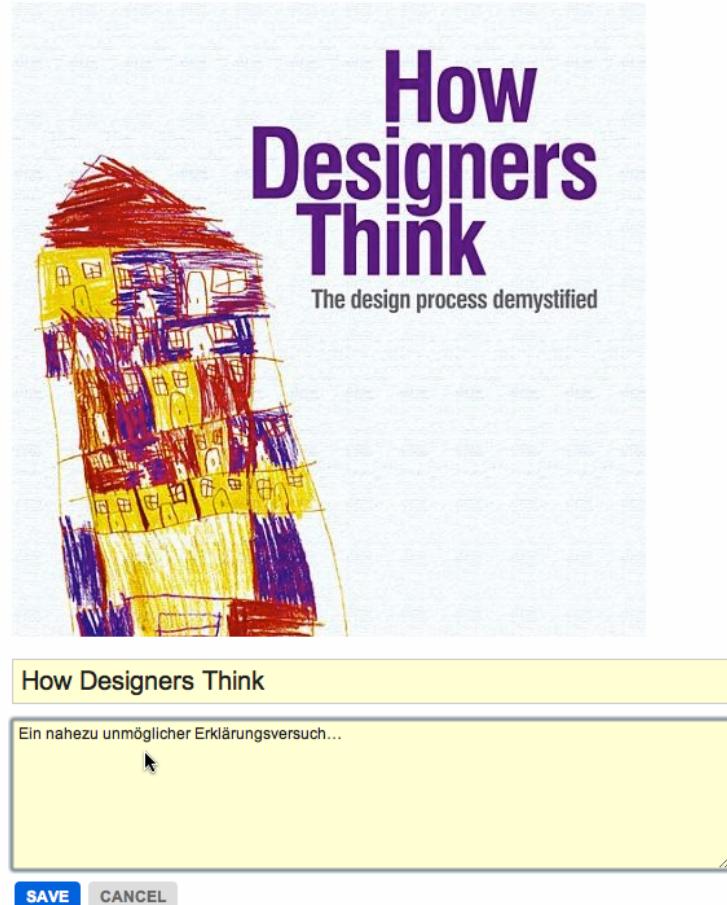
View, edit,
save...

In-Page Editieren

- Ermöglicht die Bearbeitung der angezeigten „Daten“
- Kurze Wege zur Interaktion
- Macht das Objekt selbst klickbar



Flickr.com Bild bearbeiten



Beispiel Google Spreadsheet

	A	B	C	D	E
1	Thema	Startdatum	Potential (UX Practice)	ø Projektvolumen	Lebenszyklus N
2	Future Vision Prototyping	2014	0	30000	
3	UX Starter Sets	2014	0	10000	
	UX Bundles	2014	0	100000	

Drag and Drop

- **Sichtbare Resultate (Visuelle Modifikation)**
- **Nicht optimal für die „Zuweisung“ von Eigenschaften**
- **Macht das Entdecken möglich**
 - Hover Einladung
 - „Interesting moments“
 - Aktivierung auf MouseDown
 - Hinweis während „Alternativ-Szenario“
 - Zusätzliche grafische Aufforderungen

The screenshot shows a news article from Engadget. At the top, there's a purple header bar with the Engadget logo. Below it, the main content area has a dashed border. The first item in the list is a blue plus sign followed by a link: "Sony Ericsson Xperia Play hits Verizon for \$200 on-contract". The second item is another blue plus sign followed by a link: "Fully working Super8 film projector built totally out of Lego, well almost (video)". The third item is a blue plus sign followed by a link: "Fox's latest anti-AllVid FCC filing suggests new Technology service is coming to gaming consoles". Below these items, there are three more links: "Photo of space shuttle Endeavour becomes internet hit" (Telegraph.co.uk - all 5084 related), "LA Noire was once a six-disc game on Xbox 360" (VGChartz - all 102 related), and "Facebook fights California privacy push" (Computerworld - all 71 related).

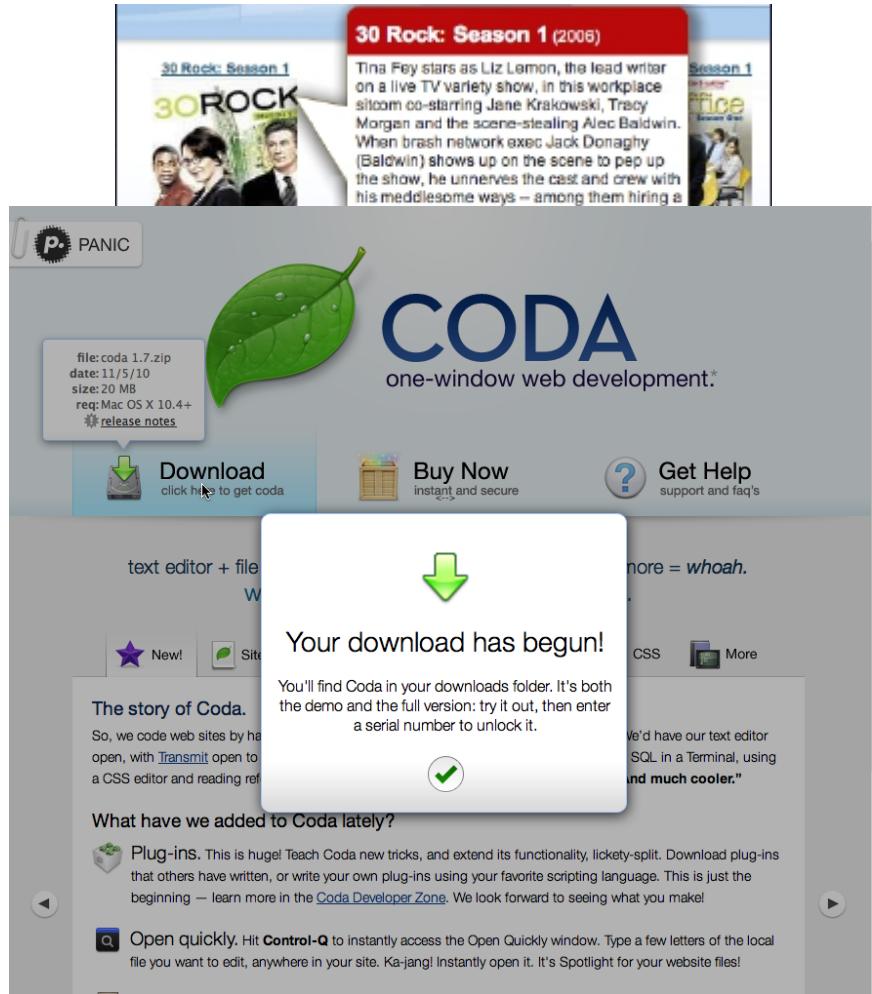
The screenshot shows a news article from Blick.ch. At the top, there's a purple header bar with the "Blick.ch - News" logo. Below it, the main content area has a dashed border. The first item in the list is a blue plus sign followed by a link: "Bilder des Tages: 17. Mai 2011". The second item is another blue plus sign followed by a link: "Tierquäler-Jungs: Büsi in Waschmaschine gesteckt und getötet". The third item is a blue plus sign followed by a link: "Heute Mittag: Amok-Fahrten zweier Rentnerpaare".

User auf der Seite halten

please don't go away

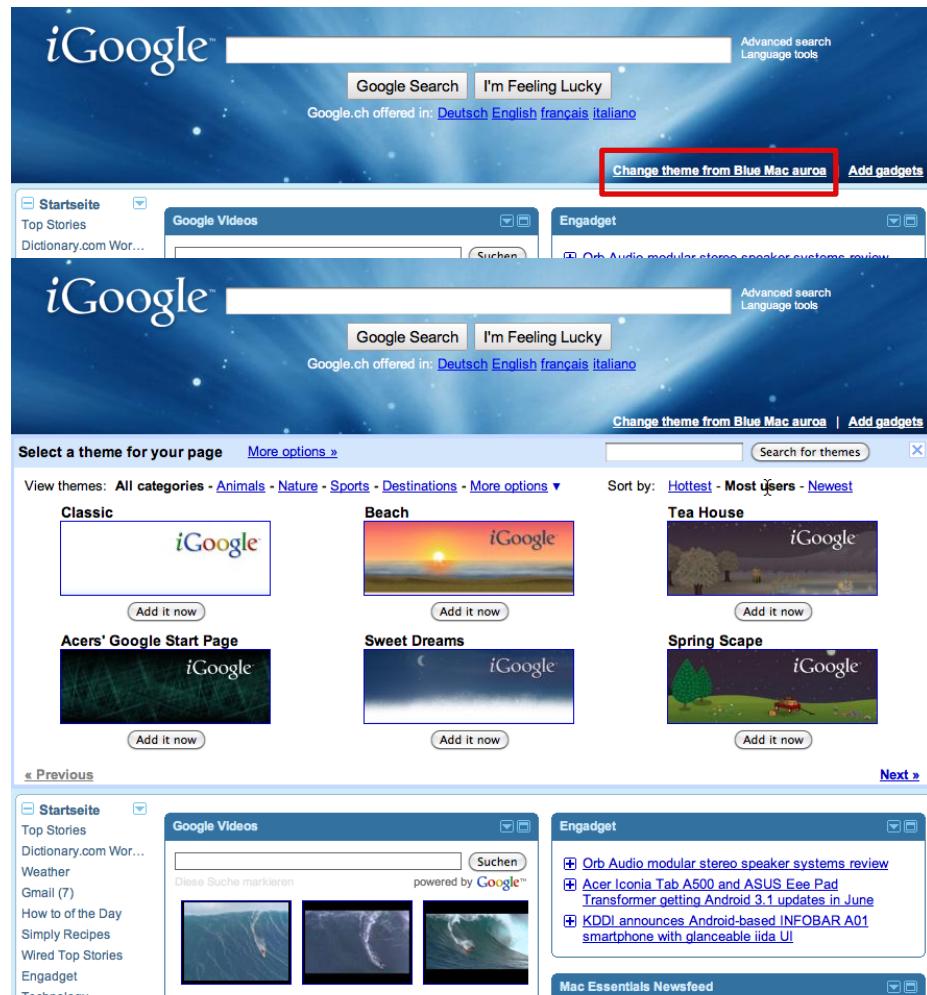
Overlay (Lightbox) und Inlay

- Overlay = Dialog, Detail-Anzeige oder Eingabe
 - Overlay statt PopUp
 - Lightbox-Effekt für nötige Aufmerksamkeit und bei Modalität
 - Unnötige Dialoge stören
 - Vorsicht bei Abläufen!
- Inlay = Detail-Anzeige oder Eingabe im Kontext
 - Parallelle Aktionen
 - Inlay vs. Overlay



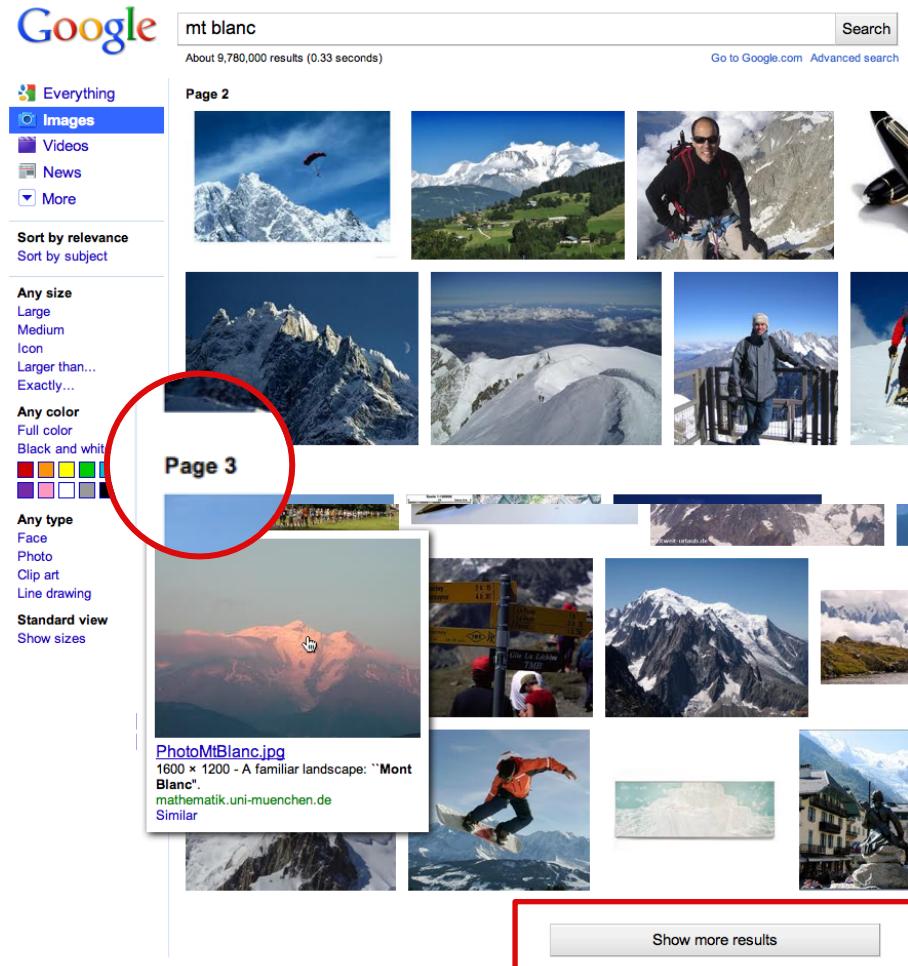
Overlay (Lightbox) und Inlay

- Overlay = Dialog, Detail-Anzeige oder Eingabe
 - Overlay statt PopUp
 - Lightbox-Effekt für nötige Aufmerksamkeit und bei Modalität
 - Unnötige Dialoge stören
 - Vorsicht bei Abläufen!
- Inlay = Detail-Anzeige oder Eingabe im Kontext
 - Parallel Aktionen
 - Inlay vs. Overlay



Virtuelle Seiten

- Scrollen und Verschieben auf Klick
- Zoombares Interface
- Inline oder Scrollendes Paging
 - Geeignet für alle Listen
 - Anzeige der „Seite“ ist hilfreich
 - Loading-Status zeigen



Virtuelle Seiten

- Scrollen und Verschieben auf Klick
- Zoombares Interface
- Inline oder Scrollendes Paging
 - Geeignet für alle Listen
 - Anzeige der „Seite“ ist hilfreich
 - Loading-Status zeigen

The top screenshot shows a search results page for 'Men's Shoes > Fashion Sneakers' with 7,067 results. The navigation bar includes links for women's shoes, men's shoes, kids' shoes, athletic & outdoor, bags & accessories, sales & deals, and designer. A sidebar on the left lists categories like flip-flops, boat shoes, canvas, fashion sneakers, and dress shoes. The bottom screenshot shows a detailed view of the same search results, with a sidebar for narrowing by brand (e.g., Sperry Top-Sider) and size. Both screenshots feature a red box highlighting the page navigation area, which includes a 'previous' button, a set of numbered buttons (1, 2, 3, ..., 71, next), and a 'show' dropdown menu.

Page	Product 1	Product 2	Product 3	Product 4
1	Sperry Top-Sider 75Th Anniversary CVO Lace-Up \$30.79 - \$60.00 free two-day	Sperry Top-Sider 75Th Anniversary CVO Lace-Up \$30.79 - \$60.00 free two-day	Sperry Top-Sider 75Th Anniversary CVO Lace-Up \$30.79 - \$60.00 free two-day	Sperry Top-Sider 75Th Anniversary CVO Lace-Up \$30.79 - \$60.00 free two-day
2	Diesel Pass On Athleisure \$69.95 \$64.46 - \$77.96 free two-day			

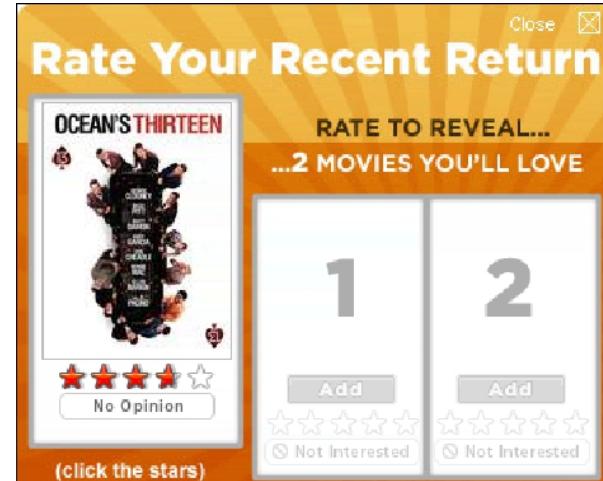


Lade zur Bedienung ein

Blank slate & Co.

Statische und Dynamische Einladung

- Unfertige Optik
 - Eselsohr, leere Einträge, Blank slate
- Call to Action
 - 1-2-3 Boxen, Vorschau
 - Links, Buttons
 - Drop-Down Neugier
- Dynamische Einladung
 - Vielseitige Möglichkeiten
 - Hover-Entdecken
 - Bekannte Muster nutzen



Add to page: [List](#) [Note](#) [Writeboard](#) [Divider](#) [Tags](#) This page is private. [Share](#)

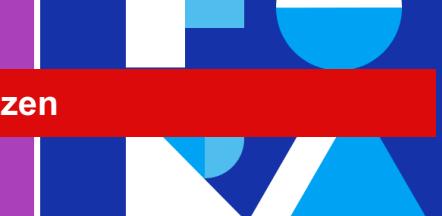
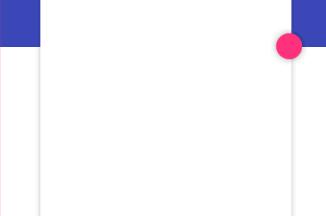
ToDo Liste Präsentation

Your new page has been created.
Use the tools above to fill your page. [Watch a video about pages.](#)

Email me a copy, Remove from sidebar, Delete this page
This page's address: pucuwo53@tlink.backpackit.com (Reset address, What is this?)

Beispiel Flickr Drop Invitation

The screenshot shows the Flickr interface for managing photos. At the top, there's a navigation bar with links like 'Ihr Fotoostream', 'Fotos verwalten' (which is highlighted in blue), 'Alben und Sammlungen', 'Drucken und Erstellen', 'Gruppen', and 'Weltkarte'. Below the navigation is a toolbar with options such as 'Fotos bearbeiten', 'Berechtigungen', 'Datumsangaben bearbeiten', 'Personen hinzufügen', 'Tags hinzufügen', 'Zum Album hinzufügen', 'An Gruppe senden', and 'Standort'. The main area is a large, light-grey workspace with the text 'Lege die Elemente hier ab, um sie in Serie zu bearbeiten. Dann kannst du beliebige Attribute ändern oder ein neues Album erstellen.' (Drop the elements here to edit them in series. Then you can change any attributes or create a new album.). At the bottom, there's a footer with a search bar ('SUCHEN'), a link to 'Mehr Optionen', and a section for selecting a date ('Datum auswählen'). Below the footer is a grid of thumbnail images showing people playing soccer on a field.



Animationen nutzen

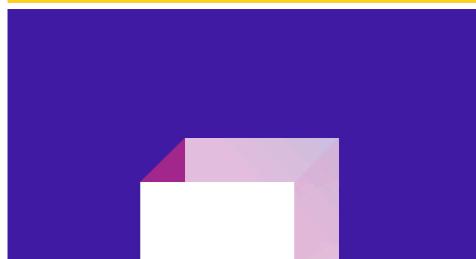
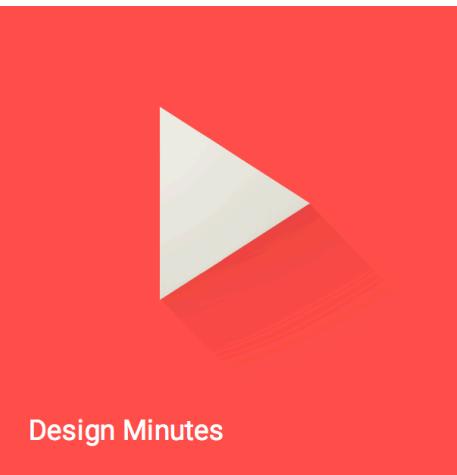
Google Guidelines



Material Design Reel



FORM Nov 4-5, SF



Wahrnehmung und Aufmerksamkeit lenken

- Schnelle Wahrnehmung von Änderungen
- Serverlast verringern –durch weniger Klicks
- Status-Änderung zeigen
- Beziehungen zwischen Objekten darstellen
- Aufmerksamkeit lenken

The collage consists of seven screenshots arranged in two rows. The top row contains three screenshots: 'Animate Transition' (a calendar interface with a dimmed 'Quotes' item becoming bright), 'Brighten Transition' (a search interface where a previously dimmed 'Cyber' button becomes bright), and 'Collapse Transition' (a sidebar menu where items are collapsed into a smaller form). The bottom row contains four screenshots: 'Cross Fade Transition' (a map interface showing a smooth transition between different views), 'Dim Transition' (a map interface where a specific location is shown in a darker shade to indicate it's secondary), 'Expand Transition' (a map interface where a collapsed location is expanded to show more detail), and 'Change Screen Width' (a screenshot of a mobile device showing how screen width changes affect the user interface).

Animate Transition
Designer needs to communicate that an object is changing its spatial relationship within the page.

Brighten Transition
Designer wants to make a previously dimmed object a point of focus by making the object bright again.

Collapse Transition
The designer needs to communicate that an object is no longer of primary importance, yet wants to keep it available in a smaller form.

Cross Fade Transition
Designer wants to communicate that a new view of an object is replacing the previous view of the object.

Dim Transition
Designer needs to communicate that an object is of secondary importance.

Expand Transition
Designer needs to show the detail of an object in its context or reveal a previously collapsed object.

Change Screen Width: What are these words? speakers home video

picnik

Bedeutung von Animationen (1/3)

Bedeutung	Animation
Login/Anmelden	Seite horizontal teilen und nach oben/unten schieben
Zoom in/out	Vom Zentrum skalieren
Slide in (Vertiefen)	Animationen von rechts kommend
Slide out (Erweitern)	Animationen von links kommend
Nächstes Element	Von rechts schieben
Vorheriges Element	Von links schieben
Optionen (oder Tastatur) zeigen bzw. verbergen	Von unten schieben, nach unten schieben

Bedeutung von Animationen (2/3)

Bedeutung	Animation
Dialog zeigen	Von unten schieben und Hintergrund dimmen
Einstellungen zeigen	„Flip“ Animation auf die Rückseite oder Aufdecken (Curl) von unten
Ansicht-Wechsel	Überblenden (geht immer)
Passwort eingeben	Nummerische Tastatur von unten schieben und „Bullet“-Eingabe von links
Grösseren Kontext zeigen	Verkleinerungs-Animation (Shrink)
Mehr/weniger Informationen zeigen	Expand oder collapse Animation (Akkordeon)

Bedeutung von Animationen (2/2)

Bedeutung	Animation
Bearbeiten Modus	Ganzes Interface oder Bedienelemente schieben sich von links oder rechts in den Screen
Aufmerksamkeit lenken	Glanz-Animation als Text- oder Elementfüllung (vgl. Slide to unlock auf iOS)
Oberes/unteres Ende	Gummiband-Animation mit Refresh-Option oben
Gruppierung oder Zuordnung	„Genie“ Effekt: Verkleinerung auf Zielobjekt

Beispiel „Material Design“

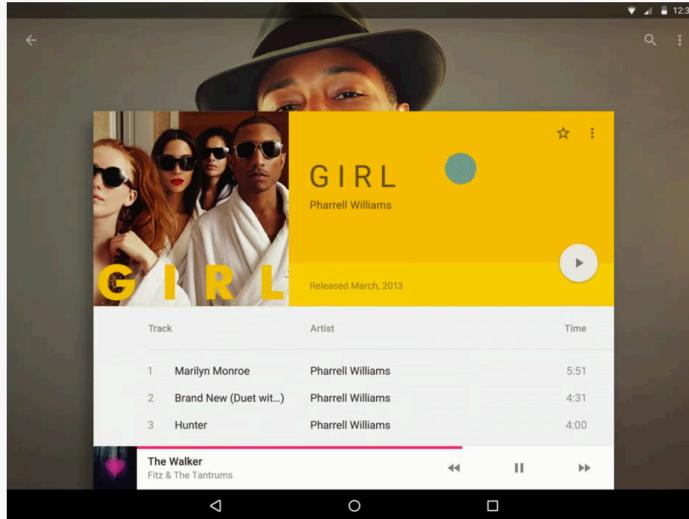
Visual continuity

Transitioning between two visual states should be clear, smooth and effortless and not confuse the user. A well-designed transition does the heavy lifting and enables the user to clearly understand where their attention should be focused. A transition has three categories of elements:

- Incoming elements - whether newly generated or translated into the scene, these items need to be introduced or re-established.
- Outgoing elements - elements that are no longer relevant to the new context must be removed from the scene in an appropriate manner.
- Shared elements - elements that persist from the start to end of a transition. They can be as subtle as a single icon or become dominant as a gallery image grows to fit the screen.

Related

 **Customize Activity Transitions**
Coordinate the entrance and exit of animations.

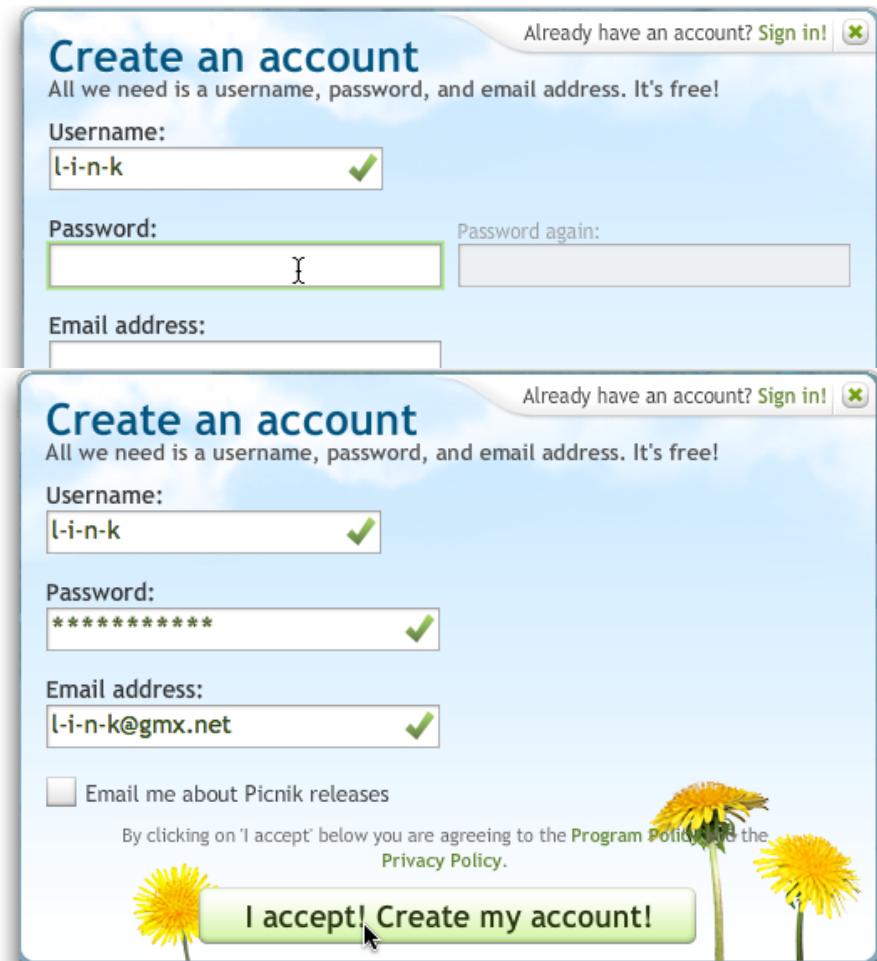


Sofortige Reaktion

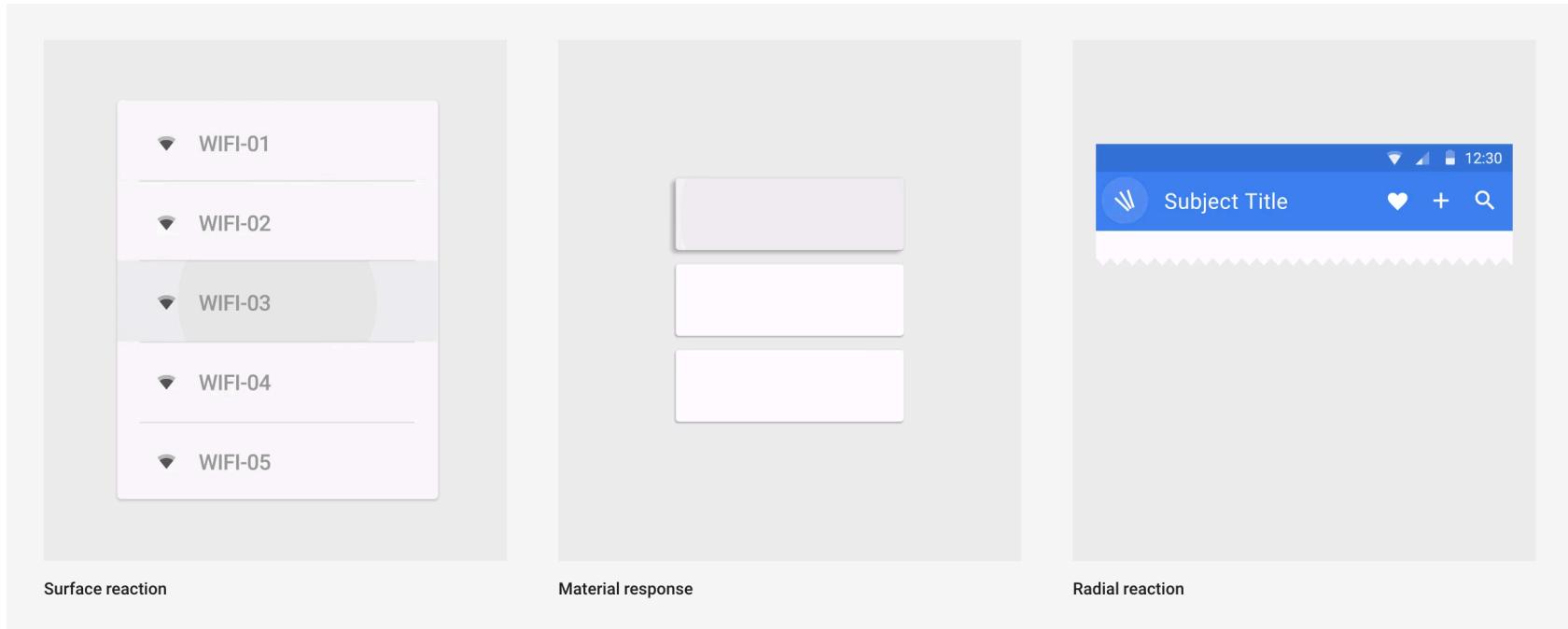


Lookup und Feedback anzeigen

- Die Applikation fühlt sich schneller an
- Fehler im Vorfeld vermeiden
- Lookup
 - Auto Complete, Live Suggest, Suche einschränken
- Feedback
 - Live Vorschau, Progressive Disclosure, Fortschrittsbalken, Regelmässige Aktualisierung



Beispiel Noch mal „Material Design“



Zusammenfassung der 6 Prinzipien

- Geschwindigkeit ist das oberste Ziel
- Direkte Manipulation, wann immer möglich
- Seiten verlassen, wenn nötig – aber nur dann
- Bedienbarkeit muss immer erkennbar sein
- Dynamische Aktualisierung animieren
- GUI-Anzeige sofort, Backend asynchron

ÜBUNG

Drag and Drop am Beispiel der eigenen Arbeiten

Drag-and-Drop Interaction Matrix

Drag and Drop Interaction Storyboard										
	Property: <input type="text"/>	ID: <input type="text"/>	Date: <input type="text"/>							
	Page Load	Mouse Hover	Mouse Down	Drag Initiated	Drag Over Valid Target	Drag Over Invalid Target	Drag Over Parent Container	Drop Accepted	Drop Rejected	Drop On Parent Container
Page	drag invitation									
Cursor	normal	draggability grabbable area	selected	dragging	drop will be valid	drop will be invalid	dragging home	drop was accepted	drop was rejected	drop returned home
Tool Tip		draggability grabbable area								
Drag Object	normal	draggability grabbable area	selected	dragging	drop will be valid	drop will be invalid	dragging home	drop was accepted	drop was rejected	drop returned home
Drag Object's Parent Container	normal	draggability grabbable area	selected	dragging			dragging home	drop was accepted	drop was rejected	drop returned home
Drop Target	normal		drop invitation	drop invitation	drop will be valid	drop will be invalid	drop invitation	drop was accepted	drop was rejected	drop returned home

What does the page contain to indicate drag and drop?

What happens when the mouse hovers over the draggable object?

What happens when the mouse is pressed on the draggable object but dragging has not initiated?

What happens when drag starts?

What happens when I drag over a valid drop target?

What happens when I drag over an invalid drop target?

What happens when I drag back to my home area/container/slot?

What happens when the drop is accepted?

What happens when the drop is rejected?

What happens when dropped over the original position/container?

Interaktion = Momente gestalten

<http://bit.ly/1vNNkyX>

Ziel: Definition aller Kombination von

- Event Status
 - Page load
 - Mouse hover
 - Mouse down
 - Drag initiated
 - Drag over valid target
 - Drag over invalid target
 - Drag over parent container
 - Drop accepted
 - Drop rejected
 - Drop on parent container
 - Komponente
 - Page
 - Cursor
 - Tool Tip
 - Drag Object
 - Drag Object's Proxy (ghost of object being dragged)
 - Drag Object's Parent Container
 - Drop Target
- = 70 mögliche grafische Zustände oder Übergänge

Übung: Drag and Drop

- **Grundlage: Ihre Arbeit**
- **Aufgabenbeschreibung**
 - Drag and Drop Matrix
 - Implementierung Drag and Drop Interaktion
- **Zeit: bis 20:57 Uhr**
- **Abschluss: Gemeinsame Bewertung und Erfahrungsaustausch**